

Da, da, da, da

■ I mål etter 18 år med Stockman-kamp

*StatoilHydro-sjefen: Vi skal  
være korrupsjons-fritt*

Det er ikke riktig  
at Tanzania kun sitter  
igjen med ti prosent  
av inntektene.

**Jens ringte  
Putin**

## STATOILHYDRO-BRÅKET

Olje mot fattigdom

■ Erling Borgen ber Statoil kritiseres – Vis oss at Olje-Norge  
brudd på menneskerettigheter tjener på fattige land

Den snilleste gutten  
i verstingklassen

## Shtokman-jubel i nord

Full pott  
for Statoil

BER HAGA **Et nytt  
TA LUND gasseventyr**

MOSKVA (VG) StatoilHydro-  
sjef Helge Lund kom, sig-  
nerte en gigantavtale og dro.

**STØRE GIR I oljesammenheng er  
OLJEHJELP Norge en verdensmakt.**

■ Gass fra Kaspiske hav løfter StatoilHydro til nye høyder

StatoilHydro  
Skjelvort



Lover å ikke gi bort én

**ULOVLIG  
RUBEL!**



«Svært omfattende  
funn», sier Statoil

Miljøorganisasjonene er negative

■ Bare kull er verre enn oljesand

Full pott  
for Statoil

Finner gass i Sahara

**HYDRO-  
SKANDALEN**

Helge Lund og StatoilHydro

**JAKTER  
på Hydro-  
skandaler**

Går det bra her, betyr det at en del av de pengene  
vi skal ha inn i statskassa etter århundreskiftet til  
å betale folketrygden og barnehagene og syke-  
husene, de skal komme fra Det kaspiske hav.  
Det er litt underlig å tenke på. Men slik er det.

Jens Stoltenberg, nærings- og energiminister, 1996.

**– Vil presse  
StatoilHydro  
ut av Iran**

Olje mot utvikling

Byr opp Statoil  
til miljørumba

Må inn i problemland

■ Analytiker sår tvil om Stockman-lønnsomhet

■ Hvis ikke er det bare å legge ned, mener StatoilHydro-sjef

**StatoilHydro fant gass i Aserbajdsjan**

# Når StatoilHydro drar utenlands ...

## ... følger norsk presse etter?

En nyhetsanalyse med fokus på forholdet mellom journalist og kilde under nyhetsproduksjon  
og hvordan internasjonalisering i privat sektor virker inn på den journalistiske makten

Berit Elisabeth Baumberger  
Masteroppgave i journalistikk  
Institutt for medier og kommunikasjon  
Universitetet i Oslo  
Høsten 2008



## SAMMENDRAG

Hvordan dekker den norske dagspressen StatoilHydros engasjement i utlandet? Dette spørsmålet besvares i lys av teorier rundt journalistisk makt, og ved hjelp av tre metodiske tilnærminger. For det første viser en omfattende innholds- og kildeanalyse at StatoilHydro, andre oljeselskap og analytikere dominerer dekningen. Det utøves nokså lite selvstendig, journalistisk arbeid, og 30 prosent av nyhetsdekningen er énkildejournalistikk. I de sakene der StatoilHydro dominerer, problematiseres virksomheten mindre. Samtidig ser vi noen gode eksempler på problematiserende dekning og en tendens til å vinkle sakene negativt. For det andre viser kvalitative intervjuer med nøkkelpersoner fra pressen og oljebransjen hvordan internasjonaliseringen påvirker forhandlingen mellom journalist og kilde på den fysiske, sosiale og kulturelle arena. Journalistene blir trolig mer avhengig av StatoilHydro som kilde fordi det blir vanskeligere og mer ressurskrevende å få tak i gode, alternative kilder. Også vanskeligheter knyttet til selskapets vertsland, i form av mindre åpenhet, annerledes samfunnsstrukturer etc., virker inn. Til slutt viser en rammeanalyse av Sjøtømmer-saken at pressen i stor grad bruker nyhetsrammer som er i overensstemmelse med industriens foretrukne tolkningsrammer (som *ringvirkningsrammen*). Samtidig bidrar pressen med egne fremstillinger gjennom klassiske nyhetsrammer (som *konkurranserammen*) og nyhetsverdier (som konflikt). På et overordnet plan viser oppgaven at internasjonalisering av StatoilHydros virksomhet utfordrer journalistikken og er med på å redusere den journalistiske makten.

## ABSTRACT

How is the Norwegian daily press covering StatoilHydro's business abroad? This question is answered in the light of theories around journalistic power, and through three methodological approaches. Firstly, a comprehensive content and source analysis shows that StatoilHydro, other oil companies and analysts are dominating the coverage. There is relatively little independent journalistic work done on the issue, and 30 per cent of the news coverage is based on one source in each case. In the cases where StatoilHydro is dominating as a source, it is less probable that the business is criticized. But we also see some good examples of critical coverage and a tendency to angle the cases negatively. Secondly, interviews with key persons from the press and the oil business show how the internationalization is affecting the negotiations between journalists and sources on a physical, social and cultural arena. The journalists are probably more dependent on StatoilHydro as a source because it gets more difficult and resource-demanding to reach good and alternative sources. Difficulties in connection with the countries where the oil company is investing, like less openness, different structures of society etc. is also playing a part. Finally, a frame analysis of the Sjøtømmer case shows that the press to a large degree is using news frames that is consistent with the industry's preferred frames (like the frame that describes how StatoilHydro's engagement benefits the Norwegian society at large). But the press is also contributing with its own descriptions of the reality through classical news frames (like the *competition* or *horse race frame*) and news values (like conflict). In conclusion, this master thesis shows how the internationalization of StatoilHydro's business is challenging journalism and reducing journalistic power.



## FORORD

Denne masteroppgaven skrives i forlengelsen av forskningsaktiviteten som inntil nå er gjennomført på forholdet mellom oljebransjen, mediene og offentligheten i Petropol-prosjektet "Til rikdom og besvær: Petroleumsindustriens nye omdømmeproblematikk" ved Institutt for medier og kommunikasjon (IMK) ved Universitetet i Oslo. Prosjektet er ledet av professor Tore Slaatta, som også var veileder for meg på denne oppgaven.

Først vil jeg takke Tore Slaatta for svært god veiledning. Takk for at du har vært tilgjengelig og gitt meg raske og konkrete tilbakemeldinger. Du inspirerte meg til å kombinere mine tekststudier med kvalitative intervjuer, og det har gjort denne oppgaven mye bedre enn den ellers ville ha vært.

Jeg er også glad for et utviklingsstipend, som jeg fikk fra IMK, for å gjennomføre en liten pilotundersøkelse på norsk petroleumsjournalistikk våren 2008. Det gjorde at jeg kunne prøve og feile litt før jeg begynte på analysene i masteroppgaven.

Høsten 2007 var jeg hospitant på kurset "Internasjonal energipolitikk" på masterprogrammet i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo. Jeg er takknemlig for all kunnskap og inspirasjon jeg fikk med meg derfra til å skrive denne oppgaven.

Takk til alle de syv informantene som stilte opp til intervju og dermed ga et verdifullt bidrag til denne oppgaven.

Jeg vil også takke alle på lesesalen. Som "outsider" fra Journalisthøgskolen trodde jeg det skulle bli en ensom affære å skrive masteroppgave på universitetet. Men alle koselige lunsjpauser og interessante samtaler har gjort arbeidet veldig mye lettere.

Kjære Odin. Takk for at du er den du er. Takk for alle diskusjonene vi har hatt om pressedekningen, og takk for at du har støttet meg når jeg har tvilt på oppgaven. Takk også for gjennomlesning. Dine gjennomtenkte kommentarer og evne til å se sammenhenger har gjort oppgaven mye bedre.

Berit E. Baumberger  
Blindern, 24. november 2008



# INNHOLDSLISTE

SAMMENDRAG	I
ABSTRACT	I
FORORD	III
TABELLOVERSIKT	VI
<b>1. INTRODUKSJON: NÅR STATOILHYDRO DRAR UTENLANDS</b>	<b>1</b>
Bakgrunn: Fra innenrikspolitisk instrument til internasjonalt selskap	1
Forskningsspørsmål	2
Begrunnelse for oppgaven	4
Oppgavens struktur	4
<b>2. TEORETISK UTGANGSPUNKT: MAKT, FORHANDLING OG RAMMER</b>	<b>7</b>
2.1. KILDE/JOURNALIST-FORHOLDET I ET MAKTPERSPEKTIV	7
Forhandling på tre arenaer	8
Kildene fortsetter å by opp?	11
Maktperspektiv på forhandlingssituasjonen	13
2.2. RAMMEBEGREPET	16
Rammer som avtrykk av makt	16
Kort om Ihlens funn	18
2.3. FUNN I ANDRE MASTEROPPGAVER	19
<b>3. METODE: TRE ULIKE TILNÆRMINGER</b>	<b>21</b>
3.1. EMPIRI: VALG OG REFLEKSJONER	21
Utvalgte medier	22
Utvalgt tidsperiode	23
Fremfinning av empiri	24
3.2. FREMGANGSMÅTE VED INNHOLDS- OG KILDEANALYSE	25
Kategorisering og bruk av SPSS	25
Variabler til innholdsanalysen	26
Variabler til kildeanalysen	28
Analysering	30
3.3. FREMGANGSMÅTE VED KVALITATIVE INTERVJU	30
3.4. FREMGANGSMÅTE VED RAMMEANALYSE AV EN CASE	32
Ihlens tilnærming	33
Min tilnærming	34
Caseanalyse og begrunnelse for valg av Sjtokman som case	35
Selvrefleksjon	37
<b>4. INNHOLDS- OG KILDEANALYSE: HVA OG HVEM PREGER SPALTENE?</b>	<b>39</b>
4.1. INNHOLDSANALYSE	39
Omfang og teksttyper	40
Saksområder	41
Problematisering og vinkling	42
På debattsidene	45
4.2. KILDEANALYSE	46
Hvem slipper til på redaksjonell plass?	46
Kompleksiteten i kildebruken og StatoilHydro som primærkilde	48
4.3. SAMMENHENGER OG OPPSUMMERING	50
<b>5. KVALITATIVE INTERVJU: INTERNASJONALISERING PÅVIRKER JOURNALISTIKKEN</b>	<b>53</b>
5.1. OM INFORMANTENE	53
5.2. DEN FYSISKE ARENA	54
Kilders tilgjengelighet	55
Andre lands samfunnsstrukturer	58
Journalisters egen kunnskap	59
Internettets bidrag	60
5.3. DEN SOSIAL ARENA	61
Konvergens mellom kilde- og nyhetsorganisasjoner	61
Konferanser og nettverksbygging	63
Språklige og kulturelle utfordringer	64

5.4.	DEN KULTURELLE ARENA	65
	Politiske koplinger til mektig bedrift	65
	Felles verdier i dominerende kultur	66
	Norsk fokus i dekingen	67
	Felles virkelighetsforståelser?	69
5.5.	OPPSUMMERING OG KONKLUSJONER	71
<b>6.</b>	<b>RAMMEANALYSE: SJTOKMAN I PARADIS I NORSK PRESSE</b>	<b>73</b>
6.1.	GIGANTFELTETS VEI INN I NORSK BEVISSTHET	73
6.2.	SEKS NYHETSRAMMER, FÅ ALTERNATIVER	74
	Ringvirkningsrammen	75
	Eventyrrammen	78
	Foregangslandsrammen	81
	Politiseringsrammen	84
	Risikorammen	87
	Konkurranserammen	88
6.3.	OPPSUMMERING AV SJTOKMAN-DEKNINGENS RAMMER	91
6.4.	RAMMENES RELEVANS I EN BREDERE DEKNING	93
<b>7.</b>	<b>KONKLUSJONER: REDUSERT JOURNALISTISK MAKT?</b>	<b>95</b>
	Oppsummering av tre analysedeler	95
	Sammenhengen mellom analysene	96
	Forslag til videre forskning	98
<b>NOTER</b>		<b>100</b>
<b>REFERANSELISTE</b>		<b>103</b>
	Personlige kilder	107
	VEDLEGG 1: INTERVJUGUIDER	I
	VEDLEGG 2: UTSKRIFT AV FULLSTENDIG INTERVJU MED INFORMANTER	II
	VEDLEGG 3: KODEARK FOR RAMMEANALYSEN	XV
	VEDLEGG 4: TABELLER SOM OMTALES I INNHOLDS- OG KILDEANALYSEN	XVI
	VEDLEGG 5: ARTIKKELOVERSIKT	XVII
 <b>TABELLOVERSIKT</b>		
Tabell 1	Oversikt over delproblemstillinger og metodiske tilnærminger	3
Tabell 2	Kodebok for innholdsanalysen	26
Tabell 3	Kodebok til kildeanalysen	28
Tabell 4	Nyhets- og debattåret 2007 for StatoilHydros engasjement i utlandet	39
Tabell 5	Antall artikler om StatoilHydros utenlandsvirksomhet i 2007, fordelt på aviser	40
Tabell 6	Pressedekning i sammenheng med teksttype, i prosent av total deking hos hver avis	40
Tabell 7	Saksområder, fordelt på artikler og prosent av dekingen	41
Tabell 8	Problematiserende artikler når det gjelder etikk, miljø og samfunnsansvar	43
Tabell 9	Problematiserende artikler når det gjelder økonomi eller etikk, miljø og samfunnsansvar	44
Tabell 10	Andelen problematiserende oppslag sett i sammenheng med teksttype	44
Tabell 11	Vinkling, fordelt i prosent av total deking hos hver enkelt avis	45
Tabell 12	Kildens opprinnelse, fordeling i de ulike avisene	47
Tabell 13	Antall kilder, fordelt på aviser, antall saker i parentes	48
Tabell 14	Kompleksiteten i kildebruken, i prosent fordelt på hver avis, antall saker i parentes	49
Tabell 15	Bruk av kildeorganisasjonen StatoilHydro, fordelt på aviser, i prosent av total deking	50
Tabell 16	Problematisering sett i sammenheng med kildevalg, oppgitt i antall saker	51
Tabell 17	Oversikt over informantenes stilling og bakgrunn	54
Tabell 18	<i>Ringvirkningsrammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	78
Tabell 19	<i>Eventyrrammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	80
Tabell 20	<i>Foregangslandsrammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	83
Tabell 21	<i>Politiseringsrammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	86
Tabell 22	<i>Risikorammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	88
Tabell 23	<i>Konkurranserammens</i> kerneposisjon og kjerneramme	91
Tabell 24	Saksområde fordelt på aviser, i prosent av hver avis sin totale deking	XVI
Tabell 25	Problematisering innenfor de dominerende saksområdene, i prosent og antall saker	XVI
Tabell 26	Kildens posisjon eller stilling, fordelt på avis	XVI







# **1. INTRODUKSJON: NÅR STATOILHYDRO DRAR UTENLANDS**

Hva vet det norske folk om StatoilHydros virksomhet i utlandet? Hvem har gått rundt i sanden i Hassi Mouina i Sahara der selskapet driver prøveboring? Hvor mange har finlest selskapets siste årsrapport? Hvem har snakket med arbeiderne som bygde rørledningen fra Aserbajdsjan via Georgia til Tyrkia? Svært få av oss har slik kunnskap, og det meste vi vet, har vi fra mediene. Derfor skal jeg i denne oppgaven se nærmere på *hvordan norsk presse dekker StatoilHydros<sup>1</sup> engasjement i utlandet*. Dette skal ses i lys av diskusjoner rundt journalistisk makt.

Norsk oljeindustri med StatoilHydro i spissen er en mektig aktør som nyter til dels stor respekt. Over halvparten av den norske befolkningen har stor eller middels stor tiltro til industrien (Ihlen, 2007: 176). Her hjemme har pressen lang tradisjon for å følge utviklingen på den kjente og nære sokkelen, noe som betyr at det norske folk har god mulighet til å holde seg informert. Men hva skjer når StatoilHydro beveger seg utenfor Norges grenser? Tore Slaatta argumenterer for at journalistikken i dag står overfor nye, transnasjonale utfordringer. Et eksempel på en slik utfordring er at den økonomiske makten globaliseres og blir mer komplisert og vanskeligere å beskrive, fortolke og kritisere (Slaatta, 2001: 139). I denne masteroppgave representerer StatoilHydro nettopp en slik internasjonalisert økonomisk makt. Siden de fleste av oss ikke har direkte kjennskap til virksomheten i utlandet, kan vi anta at det blir lettere å akseptere industriens måter å se virkeligheten på (Ihlen, 2007: 99; Entman, 2004; Reese, 2003). Dette påvirker maktforholdet mellom dem med kunnskap og dem uten (Entman, 1993). Denne oppgaven handler på et overordnet plan om at globaliseringsprosesser og internasjonaliseringen av StatoilHydros virksomhet påvirker betingelsene for norsk petroleumsjournalistikk og den journalistiske makten.

Problemstillingene skal snart konkretiseres, men for å sette dem i riktig perspektiv skal vi først se hvordan vi er havnet i en situasjon der StatoilHydro og andre norske petroleumsaktører i stadig større omfang søker lykken utenlands.

## **Bakgrunn: Fra innenrikspolitisk instrument til internasjonalt selskap**

Petroleumsindustrien begynner å se slutten på det som er blitt kalt for "oljeeventyret" her hjemme. Produksjonen på norsk sokkel har flatet ut, og det gjøres få nye, store funn.

Løsningen, slik mange selskaper og politikere ser det, er å ekspandere i markeder utenlands. StatoilHydro dominerer med sin tilstedeværelse i rundt 40 land, og selskapet har ambisjoner om å vokse ytterligere internasjonalt i årene som kommer (StatoilHydro, 2007a: 27). I 1972 ble Statoil opprettet nær sagt som et politisk instrument for regjeringen etter at man ble klar over formuen som lå gjemt under havbunnen i Nordsjøen. Opprettelsen av Statens direkte økonomiske engasjement (SDØE) i 1984 innebar større statlig kontroll over pengestrømmene. Men samtidig fikk selskapet noe friere tøyler når det gjaldt mulighetene for å involvere seg i internasjonale oljeprosjekter (Claes, 2003: 51). På 1990-tallet samarbeidet StatoilHydro med British Petroleum i Afrika, og dette samarbeidet la grunnlaget for den videre internasjonale ekspansjonen (Johnsen, 2008: 322). I 1999 spiste Hydro og Statoil Saga Petroleum, og dette var nok et steg på veien mot økt internasjonalisering. Videre ble Statoil delprivatisert i 2001, noe som var begrunnet blant annet med selskapets ønske om å få en strategisk partner i utlandet. Sist, men ikke minst, kommer sammenslåingen mellom Statoil og Hydro høsten 2007. Både politikere og ledere i selskapet ga uttrykk for at ønsket om internasjonal vekst var blant de viktigste motivasjonsfaktorene for å etablere den nye "giganten" (Noreng, 2007).

StatoilHydros norske virksomhet er fremdeles mest omfattende og innbringende, men selskapet har altså, i løpet av de siste tiårene, vendt seg mot utlandet. Det har også en større gruppe norske aktører, som Aker Solutions, DNO International, PGS og andre leverandør- og oljeselskap. Nesten hele den norske petroleumsklyngen har store ambisjoner om økt internasjonalisering (Konkraft, 2008: 5). Utenlandseksپansjonen skjer delvis i områder som i utgangspunktet er lite politisk betente, som i Canada og den amerikanske delen av Mexicogolfen. Men de største olje- og gassreservene befinner seg i land preget av korrupsjon, ustabilitet, fattigdom og lav grad av politisk frihet (Jorde (red.), 2006). StatoilHydro investerer i land som Iran, Nigeria, Angola, Libya og Aserbajdsjan, og snart står trolig Irak for tur<sup>2</sup> (NTB, 30. juni 2008). Høsten 2008 ble det også klart at selskapet vil etablere kontor i det mest totalitære og korrupte landet de hittil har jobbet i, Turkmenistan (Sætre, 2008).

### **Forskningsspørsmål**

Den skisserte utviklingen ovenfor – fra norsk sokkel og ut i den store verden – følges av norsk presse. I denne oppgaven er hovedmålet å svare på: *Hvordan dekker norsk presse StatoilHydros engasjement i utlandet?* Min hovedintensjon er empirisk å belyse og beskrive dette forholdet, og å se det i lys av diskusjoner rundt journalistisk makt. Jeg bruker tre ulike

metodiske tilnærminger til den overordnede problemstillingen. Hver av tilnærmingene krever mer spesifiserte forskningsspørsmål, slik tabell 1 viser:

**Tabell 1 Oversikt over delproblemstillinger og metodiske tilnærminger**

1. Hva og hvem preger spaltene i norsk presse når det gjelder StatoilHydros virksomhet og interesser i utlandet?	2. Hva kjennetegner den fysiske, sosiale og kulturelle arenaen som journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement produseres innenfor?	3. Hvilke nyhetsrammer brukes i dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement, og er disse rammene i overensstemmelse, modellerende eller i konflikt med industriens egne tolkningsrammer?
<i>Kvantitativ innholds- og kildeanalyse av seks dagsavisers dekning i 2007, utført i SPSS.</i>	<i>Kvalitative intervjuer med syv nøkkelpersoner, først og fremst oljereportere, men også representanter for industrien.</i>	<i>Rammeanalyse av casen Sjtokman. Også pressedekningens øvrige store saksområder fra 2007 kommenteres i sammenheng med rammeanalysen.</i>

For å svare på den første problemstillingen ser jeg statistisk på pressedekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement. Det gjøres med en omfattende innholds- og kildeanalyse av seks dagsavisers totale dekning av dette stoffområdet i 2007. Her får vi blant annet svar på hvilke saksområder som får mest oppmerksomhet, i hvilken grad utenlandsvirksomheten problematiseres, hvilke kilder som får mest spalteplass, hvor kompleks kildebruken er (jfr. Allern 1997: 223) og i hvor stor grad dekningen baserer seg på StatoilHydro som kilde. Analysen brukes også som grunnlagsmateriale videre i oppgaven.

For å svare på den andre problemstillingen brukes en mediesosiologisk tilnærming med kvalitative intervjuer med nøkkelpersoner fra pressen, StatoilHydro og andre kildeorganisasjoner. Formålet er å drøfte hva som kjennetegner den fysiske, sosiale og kulturelle arena der vi kan studere hvordan kilde og journalist forhandler om kontroll (jfr. Ericson, Baranek og Chan, 1989). Aktuelle spørsmål er: Hva foregår på de ulike arenaene? Hvordan er internasjonaliseringen med på å endre betingelsene for journalistikken og maktforholdet mellom pressen og StatoilHydro?

Den tredje problemstillingen besvares ved hjelp av rammeanalyse, og rammer ses her som et uttrykk for, og avtrykk av, makt (Entman, 1993: 55). Jeg bygger videre på funnene i de foregående analysekapitlene og antakelsen om at internasjonaliseringen av virksomheten kan føre til at media blir mer avhengig av StatoilHydro som kilde. Først går jeg i dybden på den mest omtalte enkeltsaken i 2007, Sjtokman, og viser hvilke nyhetsrammer som dominerer dekningen. Disse nyhetsrammene sammenliknes så med industriens foretrukne tolkningsrammer (Ihlen, 2007). Målet er å drøfte i hvilken grad pressens nyhetsrammer er i konflikt med, modellerer eller viderefører de tolkningsrammene oljebransjen bruker. Det diskuteres også i hvilken grad Sjtokman-saken er representativ for den generelle pressedekningen og de øvrige store saksområdene fra 2007.

## **Begrunnelse for oppgaven**

Hvorfor er det viktig å forske på dette? For det første regnes petroleumsindustrien som Norges mektigste, og de tette båndene mellom industrien og den politiske verden gjør den til et interessant forskningsobjekt (se for eksempel Østerud, Engelstad og Selle, 2003; Kristoffersen, 2007). Dessuten snakker vi om en bransje i utvikling: Det norske engasjementet i oljeregioner i utlandet har vokst og forventes å vokse ytterligere i årene som kommer (Konkraft, 2008: 100; StatoilHydro, 2007a: 27). Det er derfor viktig med undersøkelser av mediedekningen på et tidlig tidspunkt slik at man har noe å sammenlikne med i ettertid. Industrien har også, i alle fall et stykke på vei, fått gjennomslag for sine virkelighetssyn i den norske opinionen (Ihlen, 2007). I den forbindelse er det særlig viktig å undersøke hva slags virkelighetsbilde pressen formidler. Selskapet StatoilHydro velges som forskningsfokus fordi det er det største børsnoterte selskapet i Norge, det er delvis statseid og dets økonomiske samfunnsrolle gjør det særlig interessant for mediene (Allern, 1997: 220). StatoilHydro brukes dessuten ofte synonymt med norsk oljebransje, og er trolig viktig for hvordan større deler av bransjen oppfattes (Ihlen, 2007: 13). Utenlandsengasjementet er også spennende som forskningsfokus fordi det er her vi ser de største etiske dilemmaene knyttet til korrupsjon, fattigdom etc. (se for eksempel Jorde (red.), 2006).

Jeg har også stor personlig interesse av å følge StatoilHydros virksomhet i utlandet. Som journalist mener jeg det er særlig viktig å studere makten til så store aktører: Nær 30.000 personer er ansatt i 40 ulike land, og selskapet hadde i 2007 samlede inntekter på vanvittige 523 milliarder kroner (StatoilHydro, 2007a: 61). Den norske stat eier nå 65,55 prosent av selskapet, og skal kjøpe seg opp til 67 prosent (Olje- og energidepartementet, 2007; StatoilHydro, 2008a). Det betyr i praksis at du og jeg eier konsernet. Men hva forteller norsk presse oss, eierne av StatoilHydro, om hva selskapet driver med utenlands?

## **Oppgavens struktur**

Først gjennomgås aktuell teori (kapittel 2). Her viser jeg hvordan jeg plasserer meg i forhold til den pågående teoretiske debatten rundt journalistisk makt og forhandlingsperspektivet på kilde/journalist-forholdet. I metodekapitlet (kapittel 3) beskriver jeg konkret hvordan jeg operasjonaliserer teorien og går frem i oppgavens tre analyser. I første analysedel (kapittel 4) presenteres kilde- og innholdsanalysen, og her besvares den første av de tre delproblemstillingene. Målet er først og fremst å gjengi funnene, men de kommenteres også fortløpende. I den andre analysedelen (kapittel 5) brukes kvalitative intervjuer som utgangspunkt for drøftingen av den andre delproblemstillingen. Her beskrives de tre

arenaene som produksjonen av journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement kan studeres innenfor. I den siste analysedelen (kapittel 6) gjengis resultatene av rammeanalysen, og jeg besvarer den tredje delproblemstillingen. Mine funn i rammeanalysen sammenliknes med Ihlen (2007) sin fremstilling av oljebransjens foretrukne tolkningsrammer. Til slutt oppsummerer jeg og ser på sammenhengen mellom oppgavens tre analysedeler (kapittel 7).





## **2. TEORETISK UTGANGSPUNKT: MAKT, FORHANDLING OG RAMMER**

For å systematisere og forstå dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement og hvordan nyhetsproduksjonen foregår, støtter jeg meg på flere teoretiske perspektiver. Viktigst er diskusjonen rundt journalistisk makt og forholdet mellom kilde og journalist. I dette kapitlet presenteres og diskuteres teoriene samtidig som jeg gjør rede for hvordan jeg plasserer meg i diskusjonen.

I forholdet mellom kilde og journalist er forhandling om kontroll et viktig stikkord, og den første delen av teorikapitlet (kapittel 2.1.) bygger derfor særlig på Ericson, Baranek og Chan (1987, 1989) og Allern (1997). Forhandling om kontroll handler om makt, og for å klargjøre dette og sette petroleumsjournalistikken inn i et maktperspektiv, gir jeg en innføring og diskusjon av makt- og demokratiutredningenes bidrag (Eide og Hernes, 1987; Slaatta, 2001, 2003). Her drøftes også et globaliseringsperspektiv på pressedekningen, og hvordan internasjonaliseringsprosesser påvirker den journalistiske makten. Teorien som drøftes i kapittel 2.1. er særlig relevant i de to første analysedelene i oppgaven.

Videre følger en innføring og vurdering av teori rundt rammebegrepet (kapittel 2.2.), siden jeg bruker rammeanalyse i tredje og siste analysedel av oppgaven. Her gis også en oppsummering av Ihlen (2007) sine hovedfunn rundt hvilke tolkningsrammer industrien bruker for å fremme sine syn. Det gjøres fordi jeg i rammeanalysen sammenlikner mine funn med Ihlen<sup>3</sup>. Rammebegrepet settes inn i et maktperspektiv (Entman, 1993; Reese 2003), og jeg gjør rede for mitt ståsted sammenliknet med andre tilnærminger.

Til slutt presenteres kort funn fra tre masteroppgaver som har tatt for seg norsk petroleumsjournalistikk eller norsk mediedekning av StatoilHydro (kapittel 2.3.).

### **2.1. KILDE/JOURNALIST-FORHOLDET I ET MAKTPERSPEKTIV**

Medieforskere og maktforskere har ofte konsentrert seg om hvordan politiske institusjoner påvirker mediene. Det er lett å forsvare et slikt forskningsfokus fordi det ofte er tettere bånd mellom politiske beslutningstakere og mediene enn det idealet skulle tilsi (Entman, 2004). Men et politisk fokus kan også gå på bekostning av forskning på hvordan institusjoner innen privat sektor deltar i nyhetssystemet (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 259). Økonomisk

journalistikk er også blitt forsømt av forskere som er interessert i forhold mellom kilde og journalist (Grafström og Pallas, 2007: 218). Private selskaper kan også utøve stor makt innenfor nyhetssystemet. Schiller (1986) argumenterer for at pressens rolle, eller i alle fall ideal, som den fjerde statsmakt motarbeides og undermineres like mye av bedriftsinteresser ("big business") som av interessene i det politiske systemet.

Fokus i denne oppgaven er altså pressedekningen av utenlandsengasjementet til et delvis privatisert selskap, det største og trolig det mektigste i Norge, StatoilHydro. Derfor er både politisk og privat sektor berørt. Jeg vil argumentere for at det trengs et større forskningsfokus på privat sektors innvirkning på nyhetssystemet, også i Norge. Men først presenteres en del av rammen for den første analysedelen av oppgaven, nemlig hvordan vi kan si at det forhandles mellom kilder og journalister på tre ulike arenaer.

### **Forhandling på tre arenaer**

I tidlig medieforskning var omfattende kvantitative tekststudier ofte normen. Som en reaksjon på dette kom en mer sosiologisk tilnærming der man ikke bare så på selve nyhetsproduktet, men også på prosessen frem mot denne (Tuchman, 1978; Schiller, 1986; Ericson, Baranek og Chan, 1987 og 1989 etc.). Jeg står i denne tradisjonen, selv om jeg også benytter meg av mer kvantitative innholds- og kildeanalyser som et supplement. Nyheter må ses på som et resultat av forhandlinger ("transactions") mellom journalister og kilder (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 377). Dette synet er grunnleggende for oppgaven: Nyheter skapes i møtet mellom journalist og kilde. Det kan godt være et møte mellom selvstendige aktører med hver sine unike ressurser, men uansett hvor autonome de er, avhenger partene av hverandre for å klare å gjøre jobben sin. Fra *Negotiating control* (1989) henter jeg en del av rammeverket som brukes for å svare på den andre problemstillingen. Forhandlingen om kontroll (altså møtet mellom journalist og kilde) kan studeres innenfor tre arenaer: den fysiske, den sosiale og den kulturelle (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 26). Innenfor hver arena drøfter jeg hvordan StatoilHydros internasjonalisering endrer eller påvirker betingelsene for journalistikken og den journalistiske makt.

Den første arenaen er *den fysiske*, og man bruker ofte uttrykket "newsbeat" på engelsk eller nyhetsbeite på norsk. Det er her man sa at journalisten fysisk oppholdt seg for å samle inn informasjon, men i dag er det mer aktuelt å trekke inn også hvordan journalisten bruker internett, telefon, kontakt gjennom samtalegrupper på internett etc.. I så måte er det noe misvisende å snakke om en *fysisk* arena. Journalister innen krim eller politikk har naturlige møteplasser som i domstolen, på ulykkesstedet, på drapsstedet, på Stortinget etc.. Det finnes ikke i like stor grad naturlige møteplasser innen økonomisk journalistikk<sup>4</sup> (se for

eksempel Slaatta, 2003 eller Ericson, Baranek og Chan, 1989: 266). Når det gjelder forhandling om kontroll er den fysiske arenaen viktig fordi den bestemmer hvem som er tilgjengelige for pressen til hvilken tid og på hvilke premisser. Er det for eksempel StatoilHydros toppledere, mellomledere eller pressetalspersoner som svarer på kritiske spørsmål? Er de tilgjengelige når journalisten trenger det? Og slipper pressen til på anlegg slik de ønsker? På denne arenaen diskuterer jeg også hvordan annet kildetilfang er, for eksempel skriftlige kilder, alternative stemmer og problematikk rundt innsyn i dokumenter, åpenhet rundt økonomiske prosesser etc..

Den andre arenaen er *den sosiale*. Selv om det ikke finnes et klart avgrenset nyhetsbeite for næringslivsjournalisten eller økonomireportereren, etablerer han (det er som regel en mann innen petroleumsjournalistikken<sup>5</sup>) sosiale bånd til kildene. Ofte snakkes det om "kildenettverk" fra journalistens side, og kontakter som knyttes gjennom for eksempel konferanser, sosiale arrangementer, vennskap, utdanningsinstitusjoner og andre strategiske bekjentskap. Et eksempel på slik konvergens eller sammenløpingen mellom kildeorganisasjoner og nyhetsorganisasjoner, som vi også ser gode eksempel på i denne masteroppgaven, er når tidligere journalister går til jobber som informasjonsrådgivere eller innen PR-bransjen (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 5-7). Sammenblandingen består i at man kan beholde gamle nettverk, både sosialt og profesjonelt, også i den nye jobben. Dette kan styrke journalistens evne til å få god informasjon fra en han allerede kjenner. Men det kan også gi informasjonsmedarbeideren ett "overtak" fordi han eller hun vet hvordan journalisten tenker og hva han er opptatt av. Slik ser vi at forhold på den sosiale arenaen påvirker forhandlingen om kontroll mellom kilder og journalister.

Den siste arenaen, *den kulturelle*, overlapper og finnes i forlengelsen av den sosiale arenaen. Spørsmålet her er i hvilken grad journalister og kilder deler nyhetsverdier eller verdier i den dominerende kulturen (ibid.: 26). Kilder som ønsker å kommunisere i nyhetsmediene, må dele journalistens verdier (ibid.: 14). Da er det lettere å få aksept for sitt syn på hva som er nyhetsverdig (se diskusjon rundt hva som regnes som nyhetsverdig i saken om kvinnebevegelsen (Tuchman, 1987: 139)). Her er det også relevant i hvilken grad virkelighetssyn videreføres av pressen. Det er lettere å akseptere andre tolkningsrammer når de allerede passer overens med sine egne, og det er enklere å forstå andres måter å se virkeligheten på når man deler verdier (se for eksempel Entman, 1993: 53 eller Ihlen, 2007: 99). Man kan også spørre seg om internasjonaliseringen virker inn på journalistens evne til å tenke uavhengig når alternative tolkningsrammer presenteres, fordi man gjerne har mindre kunnskap om ting som skjer langt unna.

Ericson, Baranek og Chan konkluderer blant annet med at borgeren får lite kunnskap om bedriftsverdenen fordi journalistene ikke klarer å trenge inn i den. De mener journalisten er: "excluded spatially, distanced socially, and absorbed culturally" (ibid.: 306). Konklusjonen er ikke så viktig i sammenheng med denne oppgaven, både fordi undersøkelsene er relativt gamle og fordi de er hentet fra et annet samfunnssystem enn det norske (det amerikanske). I Norge er forholdene mindre, noe informantene tydelig viser i det andre analysekapitlet i denne oppgaven. De tre arenaene som forhandling om kontroll kan studeres innenfor, utgjør likevel et fruktbart rammeverk for å drøfte hvordan journalister dekker StatoilHydros utenlandsengasjement og hvordan internasjonaliseringen av virksomheten påvirker forhandlingen om kontroll og dermed den journalistiske makten.

En liten studie med mer relevante konklusjoner for denne oppgaven har Grafström og Pallas (2007) gjort. De har undersøkt forhandlingssituasjonen mellom journalister og informasjonsmedarbeidere i to store svenske, private selskaper. Undersøkelsen tar for seg en privat sektor som likner mer på den norske enn hva den amerikanske gjør, dessuten er undersøkelsen lettere å bruke som referansepunkt fordi den er fersk. Grafström og Pallas konkluderer med at arbeidet i informasjonsavdelingene nedlegger, spiller en viktig rolle for produksjonen av den faktiske nyhetsdekningen (ibid.: 230). Dette er oppsiktsvekkende. Mens tidligere litteratur har beskrevet kilde/journalist-forholdet som en "dragkamp" om kontroll (se for eksempel Allern, 1997), og andre foreslår at mediene utøver stor makt (Eide og Hernes, 1987), mener Grafström og Pallas at de i større grad er snakk om et institusjonalisert *samarbeid*. Økonomiske nyheter formes av begge parter, ikke bare i prosessen frem mot en nyhetssak, men også når det gjelder selve innholdet i nyheten. De peker blant annet på konvergens mellom journalist og informasjonsmedarbeider, og det at begge bransjene er blitt profesjonalisert over de siste tiårene. Mens PR-arbeideren har lært seg å bruke medienes språk, har den økonomiske reporteren adoptert mye av språket fra forretningslivet. Dette skal vi at er svært relevante betraktninger også når det gjelder mitt analyserte materiale.

I mine kvalitative intervjuer og analysen i kapittel 5 er journalistene det viktigste empiriske utgangspunktet, selv om jeg også snakker med noen representanter for næringen. Både Ericson, Baranek og Chan (1989) og Grafström og Pallas (2007) har størst fokus på kildesiden. Likevel bidrar de med henholdsvis teoretisk rammeverk og empiri fra nordisk økonomisk presse som gir grunnlag for å drøfte mine funn i sammenheng med deres.

Det sentrale spørsmålet mange medieforskere har stilt, er: Hvem har makten – kilden eller journalisten? Jeg har allerede drøftet noen syn på dette, og videre skal jeg trekke inn også andre forskere og drøfte hvorvidt dette i det hele tatt er et fruktbart spørsmål.

### **Kildene fortsetter å by opp?**

Ericson, Baranek og Chan gir oss altså kunnskap om *hvor og hvordan* forhandlingen mellom kilde og journalist skjer. Sigurd Allern (1997) spør *hvem* som har føringen, og han nærmer seg spørsmålet empirisk. Dette har gitt forskere og studenter gode verktøy for analyse, og jeg har selv brukt en del av fremgangsmåtene hans i innholds- og kildeanalysen. Men Allern har også noen overordnede argument som er relevante i min oppgave. Han beskriver maktforholdet og forhandlingen mellom kilde og journalist som svært påvirket av veksten i antall informasjonsmedarbeidere og den omfattende profesjonaliseringen av PR-bransjen. "Dragkamp om kontroll" (ibid.: 251) er ett uttrykk som signaliserer ett mer tilspisset forhold mellom kilde og journalist enn "forhandling om kontroll", som for eksempel Ericson, Baranek og Chan bruker. Allern konkluderer imidlertid med at forhandlingsrelasjoner trolig er den vanligste relasjonstypen mellom journalist og kilde i norske medier, selv om han understreker faren som den voksende informasjonsbransjen representerer. Han peker også på at det er et relativt begrenset sjikt av autoriserte vitere, de profesjonelle kildene brukes ofte (kilderesirkulering), og det er som regel snakk om såkalte elitekilder<sup>6</sup> (ibid.: 79; Allern, 2001a: 54). Dette ser vi for øvrig klare eksempler på i kildeanalysen i denne oppgaven.

StatoilHydro bruker kun sin egen konsernkommunikasjonsavdeling når de formidler informasjon om egen virksomhet og bygger omdømme<sup>7</sup>. Derfor er Allerns innsikter rundt det som han kaller "konsernpropaganda", viktigst for min oppgave. Konsernenes informasjonskontakt er i all hovedsak en kombinasjon av klassisk hvit propaganda, samfunnsinformasjon og toveis, men asymmetrisk kommunikasjon der undersøkelser og "dialog" skjer på konsernets egne premisser (Allern, 1997: 196). Andersen (1996, sitert i ibid.) mener det er riktigere å betegne forholdet mellom mediene og informatøren som et strategisk-symmetrisk maktforhold – en forhandling om kontroll. Man kan si at Andersen har et mer positivt syn på medienes evne til å motta og bearbeide det stoffet de samler inn. Ifølge Allern er dette en god konklusjon når det gjelder journalister som har store fagkunnskaper på ett felt, for eksempel spesialiserte oljereportere, slike som jeg intervjuer i denne oppgaven. Men forholdet blir lettere asymmetrisk når journalisten ikke er spesialisert, for eksempel når det gjelder en nettjournalist eller en allroundjournalist i en mindre avis som ikke har tid og anledning til å spesialisere seg. Dette er i tråd med Dan Schiller (1986), som tidlig påpekte at det blir vanskeligere og vanskeligere for journalisten å

levere selvstendige journalistiske bidrag når informasjonsflyten fra "styrerommene" er så omfattende og profesjonalisert:

"Det vi altså er vitne til, er en dobbelt bevegelse der selskaper klarer å begrense tilgangen til strategisk informasjon om deres aktiviteter samtidig som de oppnår kontrollen over flyten av positive bilder til publikum. Resultatet er at ubalansen i informasjonssystemet forsterkes ytterligere. Stoff<sup>8</sup> flyter fra styrerommene til borgeren, mens det i økende grad blir vanskelig for borgeren (eller journalisten, som hevder han handler på deres vegne) å få tilgang til informasjon som man kan gjøre en selvstendig vurdering på grunnlag av. Nyhetsmediene er derfor i mindre og mindre grad i stand til å oppfylle det historiske idealet om å opptre som en fjerde statsmakt." (Schiller, 1986: 31, min oversettelse)

Schiller presenterer her ett et relativt negativt syn på journalistens evne til å håndtere informasjon. Jeg vil, i tråd med Allern, argumentere for at dette må nyanseres når det gjelder spesialiserte reportere, for eksempel innenfor olje- og energi-stoffet. Men den overordnede utviklingen som Schiller påpeker, er svært relevant; nemlig det økonomiske misforholdet mellom informasjonsbransjens budsjetter, som vokser, og redaksjonenes ressurser, som synker. Dette fører, ifølge Schiller, til en maktforskyvning til begunstiggelse for kildene, fordi det blir lettere å slippe gjennom med sin informasjon uten å møte en kritisk presse. Dette er også i tråd med Slaattas (2003) observasjoner og empiri på norsk økonomisk journalistikk, som jeg snart skal komme tilbake til. I denne oppgaven vil jeg argumentere for at forholdet mellom norske oljejournalister og StatoilHydro langt på vei må beskrives som et forhandlingsforhold (i tråd med Ericson, Baranek og Chan, 1989). Men samtidig vil jeg påpeke at internasjonaliseringsprosessen er med på å gjøre forholdet mer asymmetrisk slik at StatoilHydro får større definisjonsmakt og den journalistiske makten reduseres (dette er mer i tråd med Schillers resonnement sitert ovenfor, samt Slaatta (2001, 2003) og Grafström og Pallas (2007)).

Så langt har vi sett mange ulike svar på spørsmålet om hvem som har makten – kildene eller journalisten. Mens noen snakker om journalistmakt (for eksempel Eide og Hernes, 1987), snakker andre om "dragkamp" og kildemakt (for eksempel Allern, 1997). Mange, også de foregående forskerne, bruker betegnelsen "forhandling" (Ericson Baranek og Chan, 1989; Slaatta, 200), mens noen forslår "samarbeid" (Grafström og Pallas, 2007). Herbert Gans sammenlikner forholdet med dansen tango. Den understreker både at partene må samarbeide, men samtidig er det bare én som kan ta føringen (Gans, 1980: 116). Gans konkluderer med at det er oftest kildene som tar føringen (ibid.), og er dermed blant de som påpeker kildemakten.

For å forstå hvorfor det finnes så tilsynelatende ulike meninger, må man spørre seg hvilket empirisk grunnlag forskerne baserer seg på. De som i stor grad baserer seg på politisk journalistikk, har en tendens til å konkludere med at journalistikken har mye makt, for eksempel fordi den kan få statsråder til å måtte tre av. Andre, som baserer seg på økonomisk journalistikk og ser empirien i et globaliseringsperspektiv, vil kanskje snarere si

at journalisten har mindre makt. Tore Slaatta mener forskningen på økonomiske journalistikk, som er et lite utviklet område, fremdeles preges av medieforskningens klassiske fokus på politikk. Dermed blir kanskje den makten som finnes innenfor det økonomiske feltet oversett eller gjort mindre enn den er (Slaatta, 2001: 22). Dette er et perspektiv som denne masteroppgaven følger opp. Hva som ligger i perspektivet, samt maktdimensjonen i forskning på økonomisk journalistikk, ser vi nærmere på i det følgende.

### **Maktperspektiv på forhandlingssituasjonen**

Forholdet mellom makt og medier griper inn i selve samfunnsutvikling, og uten en maktdimensjon i studiet av medier utelates en vesentlig del av analysen (Mathiesen, 2002: 17-18). Forhandlingene mellom journalister og kilder, som vi akkurat har drøftet, forteller oss noe om maktforholdet mellom dem. StatoilHydro er et selskap som besitter mye makt i form av kunnskap og kapital. Ansatte har spisskompetanse, og det kan være vanskelig å finne alternative kilder som kan like mye, i alle fall i et lite land som Norge. I tillegg har StatoilHydro politisk makt, blant annet som en stor arbeidsgiver i Norge.

For å forstå mer om maktforholdet mellom norsk næringsliv og pressen har jeg sett nærmere på de to makt- og demokratiutredningene. Selv om i alle fall den siste utredningen gir gode bidrag til forskningen på næringslivsjournalistikk, har den medievitenskapelige delen av maktutredningene i stor grad fokusert på politiske aspekter og politisk makt. Dette har gått på bekostning av refleksjoner rundt næringslivsjournalistikk, slik tilfellet også har vært i den generelle mediedekningen. Under den første maktutredningen fantes det en god grunn til denne prioriteringen, nemlig partipressen. Dessuten var mandatet definert ut fra at makt og *demokrati* skulle utredes. Den siste maktutredningen tar konkret opp økonomisk journalistikk, men jeg mener fokuset burde vært større. Det synes klart særlig i lys av privatiseringen og delprivatiseringen av store offentlige selskaper, og i lys av det faktum at pressen satser mer på næringslivsstoff (Slaatta, 2003). Næringslivsjournalistikk er fremdeles lite studert i norsk medieforskning, selv om Slaatta har bidratt for eksempel gjennom *Den norske medieorden* (2003) og i *Mediating Business* (2007). I sluttrapporten fra den siste maktutredningen nevnes økonomisk journalistikk som ett av fem små underkapitler, det fjerde i rekken, i kapitlet om "den redigerte offentlighet" (NOU, 2003:19:50). Dette er etter mitt syn en relativt beskjeden plassering sett i sammenheng med samfunnsutviklingen de siste tiårene. Kanskje vil det relativt nyetablerte miljøet rundt studiet i økonomi- og næringslivsjournalistikk ved BI, som startet i 2002, bidra med flere innsikter i årene som kommer?

I den første maktutredningen – mellom 1972 og 1981 – var ”medienes makt” et eget område det skulle forskes på. Slaatta og Sæbø (1997) har imidlertid argumentert for at denne utredningen hadde et svært uavklart forhold til mediefeltet, og at de mest interessante innsiktene og debattene var de som fulgte i kjølvannet av utredningen, for eksempel i *Død og Pine!* (1987). Her bruker Hernes og Eide medietriangelet til å dissekere helsedekningen: Mediene forteller noe om en aktør A, som gjør at en aktør B må forholde seg annerledes til A eller oppfordres til å utfordre A. Mediene er arenaen der dette utspiller seg, og slik blir mediene også en aktør med ordstyrermakt, de leverer premisser innenfor mediedramaturgiens logikk (Eide og Hernes, 1987: 30). Det som før ble sett på som et mer statisk forhold mellom kilde og journalist, blir endret til et dynamisk samspill mellom flere journalister og flere kilder (Slaatta og Sæbø, 1997: 71). Her konkluderes det altså med at journalisten har relativt mye makt gjennom sine dramaturgiske grep og medievriddingen.

I den andre maktutredningen (1998-2003) var fokuset på økonomisk journalistikk større, noe også denne journalistikkens ekspansjon de siste tiårene skulle tilsi. Inntil 1970-årene fantes økonomi- og næringslivsstoff stort sett bare i nisjeaviser og bransjeblader. Slaatta beskriver den økonomiske journalistikkens ekspansjon derfra i fire sekvenser: Først i ukeblad- og magasinmarkedet med Kapital og Økonomisk rapport, så i dagsavismarkedet, der NHST blir Dagens Næringsliv og Finansavisen vinner terreng. Videre ekspansjon skjedde i de bredere orienterte mediene, både i avis, tv og radio, og *Aftenposten* er ett godt eksempel på en avis som har lyktes med satsning på økonomisk stoff, selv om det tok tid. Den siste sekvensen er det som skjer på den digitale siden. Slaatta nevner blant annet Reuters’ tjenester, men i lys av de siste årenes utvikling er det naturlig også å nevne DN.no (etablert i 2000), og Na24.no og E24.no (tidligere N24.no) som kom kort tid etter hverandre i 2006.

Slaatta kopler utviklingen opp mot den ekspanderende globale økonomien og ser på hvordan dette endrer forholdet mellom politisk og økonomisk makt i samfunnet. Dette er en viktig innsikt som danner en del av grunnlaget for denne masteroppgaven, slik det fremkommer i oppgavens analysedeler. Slaatta mener globaliseringsprosessene påvirker 1) journalistikkens rolle og evne til å være uavhengig, og 2) det fører til vertikale maktforsyvninger, som utfordrer journalistikkens evne til å virke overskridende i forhold til de politiske og kulturelle grenser de vanligvis virker innenfor (Slaatta, 2001: 136). Det betyr at selv om den økonomiske journalistikken har ekspandert, reduseres journalistikkens makt på grunn av globaliseringsprosesser som for eksempel endrer nasjonale selskap til å bli transnasjonale. Dette er StatoilHydro nettopp et tilfelle på, og derfor er det interessant å



sette Slaattas teori opp mot mitt analysemateriale, noe jeg konkret gjør i denne oppgavens andre analysedel og i konklusjonen.

Globaliseringen innebærer at makten er i bevegelse, og spørsmålet som Slaatta stiller, er om journalistikken henger med i denne utviklingen, om den fremdeles klarer å ansvarliggjøre, kritisere og debattere (ibid.: 139). Han argumenterer for at globalisering fører til at journalistikkens makt blir redusert sammenliknet med den økonomiske og politiske makten. Den globaliserte økonomiske makt er blitt mer i stand til å unndra seg offentlighetens blikk, den blir mer komplisert og vanskeligere å beskrive og forstå. Dette kan føre til at medienes makt og effekten av medienes kritikk reduseres (ibid.). Konkrete hindre for journalistikken som Slaatta peker på, er mindre åpenhet, raskere informasjonsstrømmer og vanskeligere med innsyn når politisk kontroll svekkes. Men selv om mindre politisk kontroll kan virke negativt for journalistikkens vilkår, regulerer også markedet seg selv. Det kommer til uttrykk gjennom mer åpenhet, for eksempel i form av opplysningsplikt på børser etc. (ibid.: 145). Den gravende journalistikken må få mer ressurser dersom den journalistiske makt skal kunne spille en rolle i en globalisert økonomisk virkelighet, mener Slaatta. Nettopp slike globaliseringsprosesser skal vi se nærmere på når det gjelder StatoilHydros internasjonalisering av virksomhet i oppgavens analysekapitler.

En annen innsikt som springer ut av den andre maktutredningen, er begrepet medieorden, som brukes for å forklare hvordan medier forhandler om sin posisjon i samfunnet og i mediebildet (Slaatta, 2003). Jeg bruker dette begrepet noe når jeg forklarer forskjellene mellom aviser i innholds- og kildeanalysen. Medienes lesergrupper (for eksempel deres inntekt, utdanning og yrke) sier noe om mediets posisjon i samfunnet og virker bekreftende på den etablerte orden i samfunnet (ibid.: 30). Nisjemediene "snakker med sine egne", det vil si at det er et visst sammenfall mellom produksjonsfelt og konsumpsjonsfelt. Dagens Næringsliv tar for seg og hører til den økonomiske "eliten", samtidig henvender de seg til og får respons fra den økonomiske eliten. Andre, som omnibus- eller generelle medier, overskrider denne relasjonen og henvender seg til flere på tvers av feltene. Det preger dekningen, som blir mer sammensatt enn det som er tilfellet i nisjeavisene (ibid.: 41). Større konkurranse på tvers av medieteknologiske plattformer gjør også avisene mer like hverandre. Folk bruker mediene mer fleksibelt og allsidig enn før i alle sosiale klasser og lag, dermed blir kampen om posisjoner hardere og mindre forutsigbar enn før (ibid.: 111). Flere av disse betraktningene passer godt sammen med mine funn, skal vi se senere i oppgavens analysedel.

## 2.2. RAMMEBEGREPET

Jeg bruker rammebegrepet i den siste analysedelen (kapittel 6) der jeg sammenlikner nyhetsrammene i pressedekningen (mine analyser) med de tolkningsrammene som oljebransjen ønsker å fremme (Ihlen, 2007). Målet med dette er å gi en pekepinn på i hvilken grad pressens nyhetsrammer sammenfaller med industriens tolkningsrammer. Dette kan fortelle oss noe om hvorvidt industrien lykkes i å formidle sitt virkelighetsbilde gjennom pressen. Det kan også si noe om pressens evne til å etablere egne og alternative forståelser.

En ren innholdsanalyse, som jeg gjør i den første analysedelen, får ikke frem alle sider ved en tekst fordi variablene og verdiene på mange måter fjerner nyanser i dekningen. Å inkludere en rammeanalyse i oppgaven kan derfor virke utfyllende i forhold til innholdsanalysen (ibid.: 57). I dette underkapitlet drøftes teoretiske tilnærminger til begrepet. Jeg gjør rede for mitt perspektiv, som delvis er sammenfallende med Ihlen (2007) sitt utgangspunkt. Likheten er nødvendig for at jeg i analysedelen lettere kan sammenlikne mine og hans funn. (I metodedelens kapittel 3.4. gjør jeg rede for hvordan jeg operasjonaliserer rammebegrepet og går frem i den faktiske rammeanalysen.)

### **Rammer som avtrykk av makt**

Rammebegrepet er mye brukt i flere disipliner, ikke bare i medievitenskap, men også blant annet i sosiologi, psykologi og statsvitenskap. Jeg støtter meg til Stephen D. Reese (2003) sin definisjon om at "rammer er organisasjonsprinsipper som er sosialt delte og varige over tid, og som fungerer symbolsk for å strukturere den sosiale verden på en meningsfull måte" (Reese, 2003: 11, min oversettelse). Rammen må altså være delt på et eller annet nivå for at den kan være mulig å kommunisere, dessuten må den være varig og brukt over tid for at den skal være interessant å analysere. Robert M. Entman mener rammen i en nyhetstekst er et avtrykk av makt fordi den registrerer identiteten til aktører eller interesser som konkurrerer om å dominere teksten (Entman, 1993: 55). Kilder må konkurrere med andre kilder og med journalister om hvilke tolkningsrammer som gjøres tilgjengelig. Også Reese presenterer bruken av rammer som "en øvelse i makt", særlig fordi det påvirker vår måte å tenke på den politiske verden (Reese, 2003: 10). Begrepet gir oss en metode for å beskrive makten til en kommuniserende tekst og aktørene bak teksten (ibid.: 51). Sigurd Allern formulerer prosessen med å "ramme inn" en nyhet slik:

"I den politiske og økonomiske journalistikken skjer det svært ofte gjennom å akseptere de tolkningsrammene som faller naturlige for samfunnspolitiske og økonomiske elitesjikt og eksperter; verdens ses gjennom deres briller" (Allern, 2001a: 54).

Dette er en beskrivelse av det å ramme inn ("framing") som er svært relevant for min oppgave, og dette kommer jeg tilbake til analysen.

I min oppgave bruker jeg begrepet "tolkningsramme" om det næringen ønsker å kommunisere slik Ihlen (2007) fremstiller det. Begrepet "nyhetsramme" eller bare "ramme" brukes når jeg analyserer medieinnhold. Verbet "to frame" oversettes med "å ramme inn".

Rammebegrepet er ikke bare mye brukt, det er også mye kritisert. Kritikken har i stor grad handlet om at begrepet ikke er konsistent nok og at ulike forskere dermed legger ulike ting i det og bruker det på forskjellige måter. Mangel på kommunikasjon mellom disiplinene kan forklare noe av inkonsistensen (Entman, 1993: 51). Det er også farlig når en enkelt forskers subjektive mening om teksten tillegges stor verdi, slik det særlig var tilfelle i tidlige rammestudier. Det å definere rammer innebærer i seg selv "å ramme inn" noe, dessuten kan det være forskeren bare leter etter de rammene den forventer å finne (Tankard, 2003: 98). Som et svar på denne kritikken argumenterer James W. Tankard for en empirisk tilnærming til rammebegrepet gjennom "the list of frames", som kan hjelpe forskere å få en mer enhetlig tilnærming til begrepet. Denne listen tar jeg utgangspunkt i, slik det fremgår av det følgende metodekapitlet der rammebegrepet operasjonaliseres. Etter min mening bidrar listen til å standardisere tilnærmingen til rammebegrepet noe, men man kommer ikke utenom at forskerens subjektive oppfatning (i dette tilfellet min egen) i stor grad spiller inn når rammene beskrives og formuleres.

I denne oppgaven analyseres kun hvilke nyhetsrammer som brukes i pressedekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement. Jeg undersøker ikke hvorvidt disse rammene påvirker folks holdninger eller meninger om selskapet. Det er likevel viktig å minne om at det ikke er slik at publikum automatisk overtar de rammene som presenteres i mediene. De kombinerer ofte rammene med egne tolkningsrammer (Edy og Meirick, 2007 sitert i Ihlen, 2007: 26). Men, som Entman og Reese påpeker, kan rammene begrense publikums tolkningsmuligheter på grunn av skjevheten i hvem som har makt til å definere dem. Dette gjelder særlig dersom en ikke selv har førstehånds kunnskap om temaet (Entman, 1993, 2004; Reese, 2003). Det er altså svært vanskelig for de som står utenfor den avviksdefinerende eliten, å trenge inn i den innerste sirkelen og fortelle konkurrerende eller alternative versjoner av sannheten (Gitlin, 1980 sitert i Ericson, Baranek, Chan 1987: 9). Det er et slikt perspektiv også Ihlen anlegger, selv om han også inkluderer opinionsmålinger i sitt studium. Det er selvsagt problematisk å slutte direkte fra analyse av kommuniserte tolkningsrammer hos avsender (StatoilHydro) til hva opinionen tenker om temaene som berøres, selv om det kan være interessant å antyde sammenhenger.

## Kort om Ihlens funn

Øyving Ihlen har analysert hvilke tolkningsrammer industrien bruker for å fremme sitt virkelighetssyn gjennom omdømmearbeid. Hans undersøkelse tar utgangspunkt i blant annet intervjuer, mediedekning, offentlige dokumenter, rapporter, pressemeldinger og nettsteder (Ihlen, 2001: 17). Ihlen identifiserer fem tolkningsrammer. I det siste analysekapitlet, altså rammeanalysen av Sjtokman-saken, sammenlikner jeg disse tolkningsrammene med de nyhetsrammene som pressen fremmer. Videre gjengis kort det Ihlen mener er kjerneramme og kjerneposisjon<sup>9</sup> i hver av de fem rammene.

*Ansvarlighetsrammen* er en overgripende tolkningsramme ment for å gi industrien grunnleggende legitimitet. "Petroleumsindustrien er en svært viktig samfunnsaktør som integrerer hensyn til økonomi, miljø og samfunn", regnes som kjernerammen. Posisjonen som kommuniseres er at "industrien fortjener et godt omdømme ettersom den utviser sosialt ansvar. Ansvar tas ut fra følt plikt og opplyst egeninteresse" (ibid.: 75).

Gjennom en *ekspansjonsramme* presenteres viktige argument for å imøtegå kritikk som kan true omdømmet når bransjen ekspanderer utenlands. Kjernerammen er at norsk petroleumsindustri må ekspandere utenlands, at industriens høye etiske atferd kan sette en standard, og at "den norske modellen" for organisering av petroleumsvirksomhet bør eksporteres. Kjerneposisjonen som formidles er at "alle tjener på at norsk oljeindustri internasjonaleses" (ibid.: 77 og 100). Siden få av oss har en direkte kjennskap til den norske oljeindustrien i utlandet, kan vi anta at tolkningsrammene i større grad blir akseptert, mener Ihlen (ibid.: 99). Maktforholdet blir også større, og det blir lettere å utelukke alternative tolkningsrammer, når prinsippet om ekspansjon er gjort til offisiell norsk politikk.

*Bærekraftighetsrammen* er sentral for å møte kritikk om klimaproblematikk som kan skade omdømmet og legitimitet på sikt. Kjernerammen oppsummeres slik: "For å unngå å skade miljøet reduserer industrien sine utslipp og forsøker å redusere produserte ressurser. Dermed er den også bærekraftig." (ibid.: 101 og 122).

*Veiskillerammen* er én av to tolkningsrammer som brukes for å bedre industriens rammevilkår i Norge. I kjernerammen er argumentasjonen: "Aktiviteten på norsk sokkel går ned, for å unngå tap av arbeidsplasser og inntekter må vi få lavere skatt". Posisjonen er: "En har nå muligheter en bør gripe og lavere skatt vil få opp aktiviteten på norsk sokkel" (ibid.: 147).

Også i *sameksistensrammen* er det industriens rammevilkår som står på spill, men samtidig ønsker man å forbedre forholdet til resten av samfunnet. Kjernerammen beskrives

slik: "Petroleumsbransjen representerer ingen trussel mot fiske eller miljø. Sameksistens er mulig, vi har nullutslipp til sjø." Denne rammen brukes i argumentasjonen om at Nordområdene bør åpnes for å skape arbeidsplasser og trygge bosettingsmønster langs kysten etc. (ibid.: 170-171).

I kapittel 6 sammenliknes altså disse fem tolkningsrammene med de nyhetsrammene jeg finner i avisenes dekning av Sjtokman-saken.

### **2.3. FUNN I ANDRE MASTEROPPGAVER**

En hovedfagsoppgave og to masteroppgaver har tatt for seg problemstillinger relatert til min oppgave. Reiten (2007) og Weisser-Svendsen (2007) har begge sett på sider ved Statoil(Hydro)s utenlandsengasjement og hvordan det er gjengitt i norsk presse. De har henholdsvis sett på Angola-engasjementet og Sjtokman-prosjektet. Tyvand (2006) har gjort det han kaller en "prøveboring i norsk petroleumsjournalistikk".

Reiten (2007) identifiserer fem rammer som norske medier benytter i dekningen av Statoils engasjement i Angola; *vekst, risiko, eventyr, konfrontasjon og samfunnsansvar*. Statoils utenlandssatsing fremstilles som en nødvendighet for at selskapet skal vokse, men virksomheten presenteres også som en politisk og økonomisk risiko. Angola beskrives som "et nytt norsk oljeeventyr", men arbeidet med samfunnsansvar omtales med skepsis.

I sin masteroppgave i statsvitenskap identifiserer Weisser-Svendsen (2007) to diskurser i Sjtokman-dekningen i norsk presse: *Sjtokman trenger Norge* og *Norge trenger Sjtokman*. Den første fremmer argumenter om at utbyggingen forutsetter eller krever norsk deltakelse på grunn av norsk teknologisk overlegenhet. I den andre diskursen er det Norge som trenger Sjtokman-innpass for å få til en vellykket, bredere nordområdesatsning og gode vilkår for norske leverandørbedrifter.

Tyvand (2006) har analysert norske mediers petroleumsdekning og bransjens medierelasjoner. Han fant store variasjoner i dekningen hos seks aviser og to fjernsynskanaler når det gjelder omfang og prioriteringer. *DN* og *Finansavisen* har klart mest stoff, fulgt av *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad*. *NRK Dagsrevyen* og *TV2 Nyhetene* har svært lite oljestoff, men aller minst har *VG* og *Dagbladet*. I en analyse av kilde/journalist-relasjonene konkluderer han med at forhandlingsrelasjoner er den dominerende relasjonsformen. Han fremhever at nære og gode relasjoner til journalister og medier både er et mål og et middel for selskapet (ibid.: 88).

I det følgende presenteres metodologisk tilnærming i oppgaven. Her operasjonaliseres en del av den teorien jeg har gjennomgått i dette kapitlet.



### **3. METODE: TRE ULIKE TILNÆRMINGER**

Formålet med dette kapitlet er å vise hvordan jeg har gått frem for å samle, bearbeide og analysere informasjon. For å svare på de tre delproblemstillingene, bruker jeg i hovedsak tre metodologiske tilnærminger. 1) Den første problemstillingen om hva og hvem som preger spaltene når det gjelder StatoilHydros virksomhet i utlandet, har jeg tilnærmet meg med en omfattende *innholds- og kildeanalyse*. Her tar jeg i bruk SPSS som verktøy for uni- og bivariat analyse. 2) For å svare på den andre problemstillingen, som handler om selve nyhetsproduksjonen, bruker jeg *kvalitative intervjuer* med nøkkelpersoner fra mediene og industrien. 3) I den tredje problemstillingen, som omhandler sammenhengen mellom industriens tolkningsrammer og pressens nyhetsrammer, tar jeg for meg en *case*, som jeg undersøker ved hjelp av *rammeanalyse*. Rammeanalyse er et naturlig metodevalg siden jeg bygger videre på undersøkelsene til Ihlen (2007), som har valgt denne tilnærmingen. Jeg kombinerer altså flere metodiske tilnærminger, også kalt metodetriangulering, eller flermetodedesign (Ringdal, 2001: 115). Slik kompenserer jeg for svakheter ved de ulike metodene (Østbye m.fl., 2002: 121). En ren innholdsanalyse kan for eksempel ikke avdekke så mange språklige nyanser og argumentasjonsrekker som en rammeanalyse. Kvalitative intervju kan også være med på å belyse praktiske og kulturelle sider ved nyhetsproduksjonen som ikke fremkommer direkte i tekstene. Rammeanalysen styrkes også fordi jeg henter inn momenter fra innholdsanalysen, slik at jeg får et bredere tilfang av ulike typer data (Yin sitert i ibid.: 122 og 244).

I dette kapitlet blir det først gjort rede for utvalg av datamateriale (kapittel 3.1.). Så følger en gjennomgang av de metodologiske tilnærmingene jeg bruker; først kilde- og innholdsanalyse (kapittel 3.2), så kvalitative intervju (kapittel 3.3.) og rammeanalyse (kapittel 3.4.). Til slutt følger refleksjoner over eget ståsted som journalist og masterstudent.

#### **3.1. EMPIRI: VALG OG REFLEKSJONER**

For at det skal være mulig å gå igjennom pressedekningen av StatoilHydros virksomhet i utlandet, må man velge seg ut noen medier og tidsperioder. Her gjør jeg rede for hvilke valg

jeg har tatt og hvorfor jeg valgte slik. Samtidig drøftes mulige feilkilder, bortfall og annet som kan bidra til å farge analysen.

### Utvalgte medier

Det er gjort et såkalt strategisk utvalg av aviser (Østbye m.fl., 2002: 246), der målet er å få med seg et bredt spekter aviser samtidig som man ser på de mest leste avisene og de avisene som formodentlig er mest interessert i det stoffområdet jeg undersøker.

Denne oppgaven tar altså for seg avismediet, men det finnes argumenter som taler for å analysere andre medier; Nettmediene utgjør en stadig viktigere del av den norske mediehverdagen (Ottosen og Krumsvik (red.), 2008), og tv-mediet har vist seg viktig når det gjelder å forme folks holdninger eller kultivere dem (Gerbner sitert i Waldahl, 1999: 243). Jeg har likevel valgt å konsentrere meg om aviser av flere årsaker: En del av oppgaven er viet rammeanalyse, og her kunne det bydd på metodiske problemer å sammenlikne ulike typer medier. Det samme gjelder delvis for innholds- og kildeanalysen. Tyvand (2007) sine undersøkelser viser dessuten at både *TV2 Nyhetene* og *NRK Dagsrevyen* har svært begrenset petroleumsdekning, og tv-mediet er derfor ikke like interessant som den mer omfattende pressedekningen. Analysen er også begrenset til pressen av hensyn til størrelse på masteroppgaven. Jeg analyserer empiri fra et helt år, og dersom jeg for eksempel hadde valgt nettaviser, ville det betydd store mengder stoff. Hver artikkel endrer seg ofte flere ganger, og hvilken sak skulle man i så fall sett på? Det er blitt argumentert for at det må lages en helt ny analysemodell for nettmedier, og man kan altså ikke uten videre sammenlikne nettmedier med papiraviser (Lindholm i Ottosen og Krumsvik (red.), 2008). Et annet argument for å droppe nettavisene, er at det som regel ligger mer bevisste redaksjonelle prioriteringer bak saker som kommer på trykk på grunn av plassbegrensningen, som man praktisk talt ikke har i nettaviser.

Selv om jeg altså finner gode argumenter for å avgrense oppgaven til pressen, påvirker dette valget resultatene mine. Jeg går glipp av eventuelle forskjeller mellom de ulike mediene, og jeg risikerer å få mer "kvalitetsjournalistikk" i utvalget enn det nettmediene kanskje representerer. I mange redaksjoner er det nemlig fremdeles slik at de største redaksjonelle ressursene settes inn på papiravisen.

Til innholds- og kildeanalysen samt rammeanalysen er seks aviser valgt ut: a) To regionaviser (*Stavanger Aftenblad* og *Nordlys*) som begge har tilknytning til oljeindustrien gjennom området de dekker; Hovedkvarteret til StatoilHydro ligger i Stavanger og Sjøtokman-satsningen berører *Nordlys* sitt geografiske område<sup>10</sup>. b) Én nisjeavis med økonomisk perspektiv; *Dagens Næringsliv* er tradisjonelt den mest spesialiserte på



økonomisk journalistikk i Norge (Slaatta, 2001: 111). c) To konkurrerende løssalgssaviser; *VG* er viktig fordi det er avisen som leses av flest i Norge, *Dagbladet* er den nest største tabloidavisen i Norge og regnes som en viktig arena for samfunnsdebatt. d) Én nasjonal abonnementsavis; *Aftenposten*. Avisen har siden 1990-tallet forsøkt å ta opp konkurransen med *DN* hva gjelder økonominyheter (Slaatta, 2001: 146). Det er også en viktig avis siden den, i alle fall tradisjonelt sett, er mer politisk orientert enn *DN*.

I en nylig avgitt masteroppgave om Sjtokman-saken, ble *Klassekampens* dekning analysert fordi man ønsket å se på en avis som har et annet politisk standpunkt enn de øvrige<sup>11</sup> (Weisser-Svendsen, 2007). Jeg har likevel valgt å utelate *Klassekampen* av flere årsaker: Avisen har et svært lite opplag i forhold til alle mine utvalgte aviser<sup>12</sup>. *Klassekampen* skriver dessuten svært lite om StatoilHydros virksomhet i utlandet, i alle fall dersom Sjtokman-saken er representativ for øvrig dekning (Weisser-Svendsen, 2007: 38). Det er likvel verdt å merke seg at dersom jeg hadde inkludert *Klassekampen* i undersøkelsene, ville jeg kanskje fått en større andel artikler som problematiserer StatoilHydros utenlandsvirksomhet, fordi avisen tradisjonelt er kritisk til det private næringslivet. *Finansavisen* er også utelatt, den har også et lite opplag sammenliknet med de andre avisene i utvalget, og jeg hadde ikke kapasitet til å analysere så mange aviser<sup>13</sup>. Den er likevel interessant som case siden den mer pågående, personorientert typen økonomisk journalistikk som den representerer, har vært med på å endre den økonomiske journalistikken de siste årene (se for eksempel Slaatta, 2001).

### Utvalgt tidsperiode

Jeg samlet inn alle artikler som er skrevet om StatoilHydros utenlandsengasjement fra hele 2007 til å svare på del én av problemstillingen. Dersom jeg bare hadde valgt høsten, ville utvalget vært veldig preget av Libya-korrupsjonen og Sjtokman-saken. Ved å utvide søket til hele året, fanger jeg også opp andre store saker, som oljesandinvesteringen i Canada, uro i Venezuela og dokumentaren om Statoils engasjement i Aserbajdsjan. En annen grunn til å velge tiden etter 1. januar 2007, er at det fra desember 2006 var klart at Statoil og Hydros olje- og gassvirksomhet kom til å slå seg sammen. Sammenslåingen skjedde formelt høsten 2007, og pressen bruker navet Statoil, Hydro og StatoilHydro om hverandre frem til da. En siste fordel med tidsperioden er at man får med seg et helt nyhetsår, med alt det innebærer av kvartals- og årsrapporter etc..

Til å svare på del tre av problemstillingen brukes den største nyhetssaken i 2007, Sjtokman-saken, som case. Her er det valgt tre datoer der dekningen var spesielt stor: fredag 13. juli, da StatoilHydro ble "dumpet" og franske Total stakk av med det første stykket av

”Sjtokman-kaken”, og 26. og 27. oktober som var de to første dagene etter det ble klart at StatoilHydro også ble partner. Utvelgelsen ble gjort på basis av empiri fra innholdsanalysen, som viser hvilke dager omfanget av dekningen var størst. Et kriterium var også at flest mulig av mine utvalgte aviser skulle ha dekning av saken denne dagen, slik at jeg lettere kan se eventuelle forskjeller i prioriteringer. Dekningen fra disse tre dagene utgjør alene nesten halvparten av den totale Sjtokman-dekningen i 2007, dersom man ser på antall saker<sup>14</sup>.

### **Fremfinning av empiri**

Til innholds- og kildeanalysen ble Atekst<sup>15</sup> brukt for å finne datamaterialet. Til caseanalysen av Sjtokman gikk jeg direkte til den trykte utgaven av avisen, det vil si at hele avisoppslaget ble vurdert i hver enkelt sak.

Det er en rekke problemer knyttet til Atekst. For eksempel kan deler av eller hele teksten kan falle ut, og de avisene som går i trykken i to omganger, kan sende bare den ene versjonen til Atekst (Østbye m.fl., 2002: 50). Hvordan teksten står i forhold til andre innholdsmomenter, fremkommer ikke på Atekst<sup>16</sup>. Det kan også være avgjørende i en innholdsanalyse, avhengig av hvordan den er utformet (ibid.). Dessuten utelukkes en del frilansstoff fra Atekst av hensyn til opphavsrett. Innholdsansvarlig for Retriever Norge AS, som driver Atekst, skriver i en e-post: ”Det er kilden som har det hele ansvar for at vi får artiklene oppdatert i.h.t. utgivelsesplan. Selvfølgelig følger vi opp med varsling dersom noe går galt i henhold til ordinær leveranse, helt eller delvis uteblivelse av artikler.” (Eriksen, 2008). Det er altså opp til hver enkelt avis å ha gode rutiner for å levere til Atekst, selv om Retriever følger opp dersom leveransen uteblir.

Mitt utvalg er temmelig omfattende, jeg analyserer totalt 568 saker i innholdsanalysen og 266 saker med 786 kilder i kildeanalysen. Her ville det vært nærmest umulig, innenfor tidsrammen av denne oppgaven, å søke seg frem til alle sakene på mikrofilm, som pdf-dokumenter eller i den trykte utgaven av avisen. Jeg har altså valgt et større omfang på innholds- og kildeanalysen, på bekostning av den fordel den gir å se på hele oppslaget.

Selve søket i Atekst ble utført for én og én måned gjennom hele 2007. Dersom man søker over veldig lange tidsrom, hender det at en del artikler legger seg dobbelt. I søkestrengen brukte jeg ”*statoil\* or hydro\**”. Slik får jeg også med meg sakene der det står for eksempel ”Statoil-triumf...”, ”Hydros anlegg ...” eller ”StatoilHydro”. Det er vanskelig å tenke seg saker som omhandler StatoilHydro uten at man får treff med søkeordene jeg brukte. Men det kan finnes unntak (Østbye m.fl., 2002: 51), for eksempel dersom selskapet er anonymisert, eller bare omtales som ”Norges største oljeselskap”. Jeg leste gjennom alt

stoffet som omhandlet StatoilHydro, Statoil og Hydros olje- og gassvirksomhet. Fortløpende skrev jeg ut alle sakene som på en eller annen måte omhandlet petroleumsvirksomheten i utlandet.

Når det gjelder datamaterialet til rammeanalysen av Sjtokman-saken, ble Atekst-søket supplert med den trykte utgaven av de seks aktuelle avisene på de tre datoene da dekningen var spesielt stor, slik det er beskrevet ovenfor. Jeg kjøpte de fleste pdf-utgavene på [www.buyandread.no](http://www.buyandread.no)<sup>17</sup>, men for eksempel *DN* er ikke tilgjengelig der. De aktuelle utgavene av *DN* ble derfor kopiert fra Nasjonalbibliotekets trykte eksemplarer, som beholdes i ett år før de legges på mikrofilm.

Da papirutvalget ble sammenliknet med sakene fra Atekst, ble det klart at utvalget i Atekst ikke var helt komplett. En hel dags dekning fra *Stavanger Aftenblad* og en lederartikkel fra *Nordlys* var ikke kommet med i databasen. Atekst er altså relativt pålitelig, men det kan skje feilsendinger som gjør at hele dager faller ut. Dette er det vanskelig å beskytte seg mot, men siden mitt utvalg er såpass stort, er det lite trolig at det har falt ut så mange artikler at det i særlig grad påvirker resultatet av innholds- og kildeanalysen.

### 3.2. FREMGANGSMÅTE VED INNHOLDS- OG KILDEANALYSE

Så langt er det blitt gjort rede for utvelgelse av empiri og eventuelle feilkilder i den forbindelse. Nå gjennomgås metodisk tilnærming til den første problemstillingen. Den besvares gjennom en innholds- og kildeanalyse av de seks utvalgte avisenes dekning av StatoilHydros virksomhet i utlandet i 2007. Dataverktøyet SPSS brukes for å effektivisere arbeidet, og videre vises hvordan jeg har kategorisert og brukt SPSS til kodebok, til endringer underveis og til analysen. Jeg ser også på dilemmaer og mulig feilkilder.

#### Kategorisering og bruk av SPSS

Forklaringene og inndelingene i det følgende baserer seg på Johannessen (2004) og Ringdal (2001). Med **enhet** mener jeg hver artikkel som tar for seg StatoilHydros virksomhet i utlandet. **Populasjonen** i mitt utvalg er alle saker som berører StatoilHydros utenlandsengasjement, og **utvalget** er hele dekningen av utenlandsengasjementet i 2007 i *DN*, *Aftenposten*, *VG*, *Dagbladet*, *Stavanger Aftenblad* og *Nordlys*. For å gjøre det mulig å måle eller klassifiseres generelle trekk ved pressedekningen, settes det opp ett sett med **variabler**. En variabel sier noe om en egenskap eller et kjennetegn ved enheten. Jeg bruker mange variabler for å operasjonalisere for eksempel kildebruken, siden det er mange aspekter ved kildebruken som til sammen beskriver den. Eksempler på dette kan være

kildens kjønn, opprinnelse eller stilling, eller hvorvidt enheten er et eksempel på énkildejournalistikk. For å kunne bruke variablene på en fruktbar måte, gis de ulike **verdier**: For eksempel gis variabelen "Kompleksiteten i saken" følgende verdier: 1. Enkel referatjournalistikk, 2. Referatjournalistikk med egen oppfølging, 3. Selvstendig journalistikk eller 4. Vanskelig å definere. Hva som skal til for å bli klassifisert innen hver verdi, defineres på forhånd. Det finnes fire målenivåer til variabelen i samfunnsforskning. Jeg bruker bare **nominalnivået**, som er betegnelsen man bruker når de ulike verdiene er gjensidig utelukkende, men ikke kan rangeres på en logisk måte. Det første jeg gjorde, var å lage en **kodebok**. Den ble først kladdet i et rent tekstdokument, så ført direkte inn i SPSS.

### Variabler til innholdsanalysen

Totalt 568 enheter ble analysert i innholdsanalysen, det vil si alle sakene som først og fremst omhandler utenlandsvirksomheten eller saker der dette er et av hovedpoengene<sup>18</sup>. Her følger kodeboken med variablenes tilhørende verdier og forklaringer der hvor det kreves.

**Tabell 2 Kodebok for innholdsanalysen**

Variabler	Verdier	Forklaring
<b>V1 Avis</b>	1 DN, 2 Aftenposten, 3 Dagbladet, 4 Stavanger Aftenblad, 5 Nordlys, 6 VG	
<b>V2 Sakstype</b>	1 Først og fremst om utenlandsgasjement 2 Et av hovedpoengene er utenlandsgasjementet 3 Kort henvisning til utenlandsgasjementet	Saken har som hovedtema StatoilHydros virksomhet i utlandet. Et av de viktigste poengene i saken omhandler StatoilHydros utenlandsgasjement. Saken refererer til StatoilHydros utenlandsgasjement i én til tre setninger. Disse sakene er ikke med i videre analyse.
<b>V3 Teksttype</b>	1 Nyhetsartikkel 2 Notis 3 Nyhetskommentar 4 Børskommentar 5 Leserinnlegg, kronikk 6 Lederartikkel 7 Annet	Nyhetsoppslag, nyhetsartikkel, nyhetsreportasje og nyhetsintervju Liten nyhetssak, som regel uten ingress og byline Kommentar om nyhetsbildet, skrevet av redaksjonell medarbeider Kommentar om dagens utvikling på børsen Alle ikke-redaksjonelle bidrag med meningsyttringer Kommentar skrevet på lederplass Personalia, kurios, frittstående bildetekst, lengre feature uten klart nyhetspoeng, bakgrunnsartikkel, analyse, filmanmeldelse etc.
<b>V4 Overordnet saksområde</b>	1 Libya-saken 2 Sjtokman-saken 3 Oljesand i Canada-saken 4 Venezuela-uroen 5 Aserbajdsjan-dokumentaren 6 Utenlandsgasjementet generelt 7 Annet	Saker som omhandler den mulige korrupsjonssaken til Hydro (ved Saga) i Libya. Alt som berører StatoilHydros forhold til det russiske gassfeltet Sjtokman, både før og etter oktober, da StatoilHydro ble partner. Saker tilknyttet StatoilHydros oppkjøp av oljesand i Athabasca-regionen i Alberta i Canada. Spørsmål knyttet til nasjonalisering av oljefelt i Venezuela, der StatoilHydro har interesser. Erling Borgens dokumentarfilm om StatoilHydros engasjement i Aserbajdsjan. Saker som ikke omhandler et bestemt land, men StatoilHydros generelle utenlandssatsning.
<b>V5 Land saken omhandler</b>	1 – 25 Ulike land	Hvert nummer representerer et land, listen ble lagt inn i SPSS.
<b>V6 Vinkling</b>	1 Positiv 2 Negativ 3 Nøytral	Fokus på tittel, ingress og hovedkildens budskap. Hvis to eller flere av faktorene slår positivt ut for StatoilHydro, regnes saken som positivt vinklet. Basert på variabelen "kritikk" i Slaatta (2003: 254). Dersom to eller flere av de ovenfor nevnte faktorene slår negativt ut for StatoilHydro, regnes saken som negativ. Alt annet regnes som nøytralt
<b>V7 Problematisering I</b>	1 Ikke problematiserende	Artikkelen problematiserer ikke StatoilHydros virksomhet i utlandet.

	2 Problematiserende (økonomi)	Alt som problematiserer lønnsomhet, risiko, mulige fallgruver i investering etc.
	3 Problematiserende (miljø)	Alt som problematiserer miljø- eller klimamessige konsekvenser av utenlandssatsningen
	4 Problematiserende (etikk)	Alt som problematiserer i forhold til korrupsjon, menneskerettigheter, utbytting eller utnyttelse
<b>V8 Problematisering II</b>	1 Ikke problematiserende	Artikkelen problematiserer ikke StatoilHydros virksomhet i utlandet
	2 Problematiserende	Her støtter jeg meg på Reiten (2007) sin definisjon av problematisering, som inkluderer etikk og miljø, men ikke økonomiske sider. Problematiserende artikler "stiller spørsmål ved, problematiserer eller viser til konsekvenser av Statoils engasjement [...] som ikke nødvendigvis er av positiv art." (Reiten, 2007, s. 131)

Underveis i kategoriseringen ble noen verdier byttet ut og slått sammen. For eksempel under variabelen "Overordnet saksområde" var det satt opp en verdi (5) som het "Iran-korrupsjon" om Horton-saken fra 2003. Denne viste seg å bli svært lite brukt. Samtidig dukket det opp en sak som fikk flere treff, nemlig Aserbajdsjan-dokumentaren til Erling Borgen. Dermed omkodet jeg sakene som allerede var registrert, og fortsatte kodingen. Ved å se på utslag på variabelen "Land som omtales", var det lett å finne frem til aktuelle kandidater til variabelen "Overordnet saksområde". Også verdier i variabelen "Teksttype" med få treff, som feature og analyse, ble etter hvert slått sammen i kategorien "Annet". Variabelen "vinkling" benyttes for å få et alternativ til variabelen "problematisering". Begrepet "vinkling" er mer knyttet an til praksisfeltet innen journalistikken, og den er basert på variabelen "kritikk" i Slaatta (2003: 254). Den sier noe om oppslaget er positivt eller negativt, uavhengig av om det er StatoilHydros engasjement som omtales negativt (det kan for eksempel være terror nær StatoilHydros tilstedeværelse i Nigeria etc.). Variabelene "Problematisering" I og II viser hvorvidt artikkelen problematiserer StatoilHydros engasjement direkte (jfr. Reiten, 2007). Forskjellen mellom de to variablene ses godt når det gjelder Venezuela-uroen. I innholdsanalysen fremkommer det at denne saken er svært negativt vinklet fordi StatoilHydro risikerer å miste store verdier, samtidig er saken svært lite problematiserende når det gjelder etikk (Problematisering II), fordi det ikke stilles noen slike spørsmål rundt selskapets engasjement.

Under kategoriseringen kom det også opp en del tvilstilfeller. Et eksempel kan være Signert-spalten i *Aftenposten*. Er disse artiklene leserinnlegg eller nyhetskommentarer? De ble regnet som nyhetskommentarer fordi redaksjonen velger spaltistene ut til å kommentere nyhetshendelser, og fordi de ofte er journalister/skribenter selv om de ikke alltid er tilknyttet redaksjonen. I variabelen "Teksttype" skilles bare mellom små (notiser) og vanlige nyhetsartikler, ikke mellom store og mellomstore artikler, slik Allern gjør i noen av sine analyser (se for eksempel NewsWire-undersøkelsen<sup>19</sup>, Allern, 1997: kapittel 3). Min inndeling gjøres fordi det er vanskelig å si hvordan sakene er slått opp når jeg bruker Atekst. For eksempel kan en relativt liten tekst bli slått stort opp med bilde i VG, mens en lengre

tekst kan plasseres i en "kjeller" eller settes i en spalte uten bilde i *Aftenposten*. Min inndeling er ikke uproblematisk siden alle nyhetsoppslag, med unntak av notiser, får samme verdi, nemlig "1 Nyhetsartikkel", men jeg mener altså dette er den beste måten å gjøre det på når Atekst brukes og jeg ikke har kjennskap til hele oppslaget. En del nyhetsoppslag består av både hoved- og undersak, eventuelt saker med flere notiser til. I mitt utvalg blir disse registrert som ulike enheter. Det betyr at et oppslag med to saker registreres som to enheter, mens én stor sak registreres som en enhet. Dette kan føre til skjevheter, for eksempel hvis det er slik at noen aviser systematisk foretrekker lange saker, mens andre heller deler opp stoffet og presenterer det i ulike saker. Dette problemet gjelder relativt få saker, og jeg mener det ville vært mer upresist å samle alle undersaker og relaterte saker som én enhet, blant annet fordi man ikke ville fått frem omfanget av dekningen på samme måte. Dette momentet kommer jeg tilbake til i den følgende gjennomgangen av variabler og verdier til kildeanalysen, siden det har mulige konsekvenser for analysen her.

### Variabler til kildeanalysen

Bare sakene som handler først og fremst om StatoilHydros utenlandsengasjement (altså de som har verdi 1 på variabelen "Sakstype") analyseres i kildeanalysen. Ellers risikerer vi å registrere kilder som egentlig ikke har noe med StatoilHydros utenlandsvirksomhet å gjøre. Bare nyhetsartikler og notiser analyseres, og meningsstoff, som lederartikler og leserinnlegg, utelates fordi de sjelden refererer til kilder på samme måte som nyhetsartikler. Jeg prøvde først å inkludere alt redaksjonelt stoff i analysen, men det henvises svært sjelden til kilder også i kommentarstoff. Totalt 266 enheter (178 nyhetsartikler og 88 notiser) med til sammen 786 enkeltkilder er analysert i kildeanalysen. Her følger kodeboken:

**Tabell 3 Kodebok til kildeanalysen**

Variabler	Verdier	Forklaring
<b>V9 Type kilde</b>	1 Personkilde 2 Skriftlig kilde eller organisasjonskilde 3 Anonym kilde	Alle mennesker som enten siteres direkte eller hvor det hentes sitat fra annen kilde, for eksempel klippet fra nyhetsbyrå. F.eks. årsrapporter, nyhetsmeldinger, pressemeldinger, stortingsmeldinger etc. F.eks. når avisen oppgir at "en kilde tett inntil konsernledelsen forteller at..." eller "ifølge en anonym kilde i Gazprom ..." etc.
<b>V10 Kildens kjønn</b>	1 Mann, 2 Kvinne, 3 Ukjent	Verdi 3 settes for eksempel når kilden er anonym og kjønn ikke vites
<b>V11 Kildens opprinnelse</b>	1 Norsk 2 Vestlig 3 Ikke-vestlig 4 Ukjent/vanskelig å definere	Hovedsakelig fra Europa, Nord-Amerika og Oseania Hovedsakelig fra Afrika, Latin-Amerika og Asia. Ved tvilstilfeller eller bruk av anonyme kilder ble denne kategorien brukt.
<b>V12 Kildens posisjon/stilling</b>	1 Ansatt i StatoilHydro 2 Analytiker 3 Forsker 4 Utenlandsk politiker 5 Ansatt i forvaltningen 6 Fra miljøbevegelsen	StatoilHydro, Statoil eller Hydros olje og gassavdeling før sammenslåingen. Både finans- og kommunikasjonsanalytiker, f.eks. Kaupthing, Carnegie etc. Ikke forskere ansatt i StatoilHydro, kun frittstående fra universiteter o.l. Oftest oljeministere i land der StatoilHydros investerer. Oftest OED eller OD, men også andre departement etc. Som regel Natur og Ungdom eller Bellona.

	7 Fra NGO	Bistandsorganisasjoner etc., ikke miljøorganisasjoner.
	8 Fra andre oljeselskaper	Som regel Gazprom eller Total, men også andre selskap forekommer.
	9 Annet	Privatpersoner etc.
	10 Politi, Økokrim	Inkl. påtalemyndigheter etc., som regel knyttet til korrupsjonssaken.
	11 Norsk politiker	Ofte olje- og energiminister, men også ofte statsministeren og utenriksministeren, samt lokalpolitikere.
<b>V13 Type organisasjon</b>	1 StatoilHydro, Statoil eller Hydro	Denne variabelen brukes dersom det er snakk om en skriftlig kilde eller organisasjonskilde, jfr. variabelen "Type kilde"
	2 Forskningsinstitusjoner	PRIO, UiO, BI, UiS etc.
	3 Analysebyrå	Kaupthing, Glitnir, First, Pareto, DnB Nor, Carnegie etc.
	4 Miljøorganisasjoner	Natur og ungdom, Bellona etc.
	5 Statlige institusjoner	Storting, departement etc.
	6 Andre oljeselskaper	Shell, Total, Gazprom etc.
	7 NGO	
	8 Annet	
	9 Mediebedrift	Nyhetsbyrå, andre aviser etc. Ofte siteres Reuters eller AP.
<b>V14 Antall kilder</b>	1 Flere kilder, 2 Én kilde, 3 Ingen kilder	
<b>V15 Komplexiteten i saken</b>	1 Enkel referatjournalistikk	Refererende type artikler, som regel bare én kilde, gir kilden rom til å presentere sitt budskap uten motforestillinger (Jfr. Allern, 1997: 223)
	2 Referatjournalistikk med egen oppfølging	I hovedsak én hovedkilde, men supplerer med oppfølgingsintervju, lokal vri etc. Journalisten ser saken i sammenheng med andre forhold, men nøyer seg med å registrere at det finnes flere syn på saken. Det gjøres ingen forsøk på en kildekritisk evaluering. (ibid.)
	3 Selvstendig journalistikk med flere synlige kilder	Omtaler StatoilHydro, men har en selvstendig vinkling, bruker flere kilder og vurderer ulike typer kildemateriale, her undersøkes f.eks. innholdet i budskapet kilden kommer med. Denne typen journalistikk krever større redaksjonelle ressurser enn de to andre formene. (ibid.)
	4 Vanskelig å definere	Hvis ingen av de tre overstående kategoriene passer
<b>V16 Bruk av kildeorg. StatoilHydro</b>	1 StatoilHydro eneste kilde	Ingen andre kilder.
	2 StatoilHydro dominerende kilde	StatoilHydro's kilde nevnes først i saken og dominerer, det vil si får mest plass, sitat plasseres gjerne i ingress eller tittel.
	3 StatoilHydro en av flere kilder	StatoilHydro er bare en av flere kilder, fremheves ikke.
	4 StatoilHydro ikke kilde	

En mulig feilkilde i kildeanalysen er at journalister ikke alltid oppgir sine kilder. De oppgitte anonyme kildene fanges opp i variabelen "Type kilde", men når journalisten for eksempel skriver at "rapporter verserer om at..." eller kommer med faktaopplysninger uten å skrive hvor de kommer fra, er det svært vanskelig å registrere det. Andre problemer med kategorisering støtte jeg på i Libya-saken, der det var mange tidligere Saga-sjefer som uttalte seg. Disse ble registrert som "Ansatt i annet oljeselskap", selv om det som en gang var Saga, er under StatoilHydro i dag. Jeg vurderte det likevel som feil å registrere dem som ansatte i StatoilHydro blant annet fordi en del av dem i dag har andre jobber. Siden Atekst ble benyttet, var det også i noen tilfeller vanskelig å avgjøre hvilke saker som hørte sammen. Variabelen "Antall kilder" påvirkes av dette. I tilfellene der jeg klarte å identifisere sammenhørende saker, for eksempel hoved- og undersaker, vurderte jeg undersaken opp mot hovedsaken. Det vil si at jeg registrerte for eksempel en hovedsak med bare én kilde med verdien "1 Flere kilder" dersom undersaken bidro med en annen kilde til samme saksforhold. Med andre ord får jeg to saker som er registrert som "1 Flere kilder", selv om de hver for seg kanskje burde kategoriseres som "2 Én kilde". Dette gjelder ikke mange saker, og det er det vanskelig å gjøre noe med problemet. Slik jeg ser det, ville det vært mer

upresist ikke å ta hensyn til at sakene faktisk står sammen og til sammen gir leseren et mer nyansert bilde enn det de gjør hver for seg.

### **Analysering**

I mitt materiale er bare **univariat** og **bivariat** analyse aktuelt, siden mine variabler er på nominalnivå. Med univariat analyse menes å analysere hvordan observasjoner fordeler seg på én variabel, og her brukes frekvensfordelinger for å illustrere resultatene. Jeg bruker **bivariat analyse** når jeg sammenlikner to nominale variabler, og disse analysene presenteres i krysstabeller. Ved å kombinere ulike variabler kan jeg si noe om sammenhengen mellom for eksempel variabelen "Problematiserende II" og variabelen "Bruk av kildeorganisasjonen StatoilHydro". Slik kan jeg for eksempel finne ut om det er stor eller liten sannsynlighet for at artikkelen er problematiserende dersom saken domineres av StatoilHydro som kilde. Med bivariate analyser ser jeg også på ulikheter mellom de utvalgte avisene og forskjeller i bruk av teksttyper. Tabellene i denne oppgaven er laget i SPSS og overført til Word. I noen tilfeller, der det er hensiktsmessig, har jeg slått sammen verdier. Det vi sitter igjen med etter analysen, er såkalt **deskriptiv statistikk** som beskriver hvordan observasjoner fordeler seg i utvalget, vi har ikke grunnlag for slutningsstatistikk.

### **3.3. FREMGANGSMÅTE VED KVALITATIVE INTERVJU**

I del to av oppgaven, der jeg svarer på den andre problemstillingen, brukes en mer mediesosiologisk tilnærming. Her benytter jeg meg av kvalitative, semistrukturerte intervju. Det er viktig blant annet fordi jeg tar utgangspunkt i at nyheter er et resultat av forhandlinger mellom journalister og kilder (Ericson, Baranek og Chan, 1989), slik vi så i teorikapitlet (kapittel 2.1.). Målet er å kunne beskrive hva som kjennetegner de ulike arenaene som forhandlingen om kontroll kan studeres innenfor, og hvordan internasjonaliseringen påvirker betingelsene for journalistikken. Jeg ville intervju de fire mest sentrale petroleumsjournalistene fra de viktigste avisene i utvalget. Siden innholdsanalysen viser at tabloidene har svært beskjeden og sporadisk dekning av StatoilHydros utenlandsengasjement, henvendte jeg meg til de fire andre avisene. I tillegg ønsket jeg å snakke med informasjonsdirektøren for StatoilHydros internasjonale virksomhet. Disse fem er mine hovedkilder. Til slutt, for å få et perspektiv utenfra, valgte jeg å intervju administrerende direktør i Intsok, som også er medlem av Topplerforum. Intsok er en organisasjon som jobber for å fremme norsk olje- og gassnæring i utlandet. Jeg intervjuet også en representant for Norwatch, som er en nettpublikasjon med et kritisk-etisk



perspektiv på hvordan norske selskaper, blant annet StatoilHydro, opererer i Sør. De syv informantene presenteres mer inngående i introduksjonen til selve analysedelen (kapittel 5.1.). Her viser jeg kun hvordan jeg gikk frem da jeg intervjuet informantene.

Størst grad av nærhet oppnås ved besøksintervju der intervjuer og informant møtes (Ringdal, 2001: 123). Det har jeg tilstrebet og fire av syv informanter møtte jeg på deres respektive arbeidsplasser i Oslo (*Aftenposten*, Intsok, StatoilHydro og Norwatch). De tre siste informantene befant seg i Stavanger og i Moskva, og intervju ble gjort over telefon. Jeg hadde en relativt lav grad av standardisering på den utarbeidede intervjuguiden, som det ligger et eksempel på i vedlegg 1. Alle informantene fikk spørsmål fra tre tematiske områder, men spørsmålene varierte avhengig av hvilken informant jeg intervjuet. Det var naturlig å spørre journalistene mer om kildearbeidet og de andre informantene mer om informasjonsarbeidet etc.. En del av spørsmålene var likevel identiske, og det gjorde det lettere å sammenlikne funn. Intervjuguiden ble "testet ut" og gjennomgått med veileder før intervjuene.

Samtaleintervjuet ga meg rom for improvisasjon og oppfølgingsspørsmål underveis (ibid.: 124). I de vedlagte utskriftene fra intervjuene (vedlegg 2) fremgår det dersom jeg spurte oppfølgingsspørsmål utover det som står oppført i intervjuguiden. Alle informantene ble kontaktet enten per e-post eller over telefon, og samtlige stilte til intervju. Alle intervjuene ble utført i løpet av september 2008, de ble tatt opp digitalt og så transkribert. I noen tilfeller ble små passasjer utelatt fordi informanten snakket om ting som ikke er relevante for oppgaven. Alle informantene fikk se gjennom utskriften, og noen ønsket mindre rettelser, som det ble tatt hensyn til. En av informantene ønsket først delvis anonymitet, men dette ønsket ble så trukket. Tre av informantene ga meg tidsbegrensning på 45 minutter, og flere signaliserte at de hadde knapt med tid.

Det er omdiskutert hvorvidt man overhodet kan snakke om reliabilitet innenfor kvalitativ forskning, som når man bruker kvalitative intervjuer (Østbye m. fl., 2002: 119). Den metodiske reliabiliteten i mitt prosjekt kan sies å bli styrket av at jeg har tatt opp samtlige intervjuer på bånd. Dersom noen i ettertid vil etterprøve det som ble sagt, er hele utskriftene tilgjengelige bakerst i oppgaven. Men reliabiliteten er også avhengig av om informantene turte å snakke åpent om temaene som ble tatt opp. Flere av journalistene ønsker for eksempel ikke å uttale seg for mye om sitt syn på StatoilHydro eller om sine kilder innen selskapet. En informant påpekte at han/hun egentlig ikke var så komfortabel med at samtalen ble tatt opp digitalt, men foretrakk det fremfor å bruke lengre tid på

intervjuet dersom jeg skulle notere underveis. Dette er momenter som bidrar til at informantene trolig ikke har fortalt alt helt åpent, og det svekker påliteligheten til dataene.

Det var også andre mulige feilkilder og mindre problemer som oppsto: Noen av informantene ønsket ikke å bruke så mye tid på dette, og det førte trolig til at jeg "stresset" i intervjusituasjon. Det kan også ha vært et problem at jeg er en relativt ung kvinne, mens de aller fleste informantene er menn mellom 30 og 60 år, men jeg tror ikke dette har vært avgjørende. En annen mulig feilkilde er at mine egne holdninger og verdier kan ha påvirket informanten (Ringdal, 2001: 129). Før selve intervjusituasjon falt det i noen tilfeller naturlig å samtale om min bakgrunn, om masterstudiet i journalistikk, profilerte professorer etc.. På denne måten fikk informantene trolig ett inntrykk av hva som er mine verdier og interesser. Dette kan ha påvirket hvordan de valgte å svare på spørsmål. Noen av informantene og jeg har også felles bekjente. Informanten fra *Aftenposten* jobber i samme bedrift som meg (se selvrefleksjon), men vi har ikke hatt noe med hverandre å gjøre tidligere. I tillegg kommer andre feilkilder som hukommelse (den ene informanten sluttet for eksempel som oljereporter i våren 2008), og motivasjon (noen av informantene er nokså hyppig brukt i masteroppgaver, og det kan gjøre at de mister interesse) (ibid.: 129). Man kan også se på det som en feilkilde at jeg har valgt kun å intervju de mest erfarne og kanskje mest privilegerte ekspertjournalistene. Forholdet mellom journalist og kilde blir lettere asymmetrisk når journalisten ikke er spesialisert. Allround nettjournalister har for eksempel større arbeidspress og (ofte) mindre kunnskap om oljebransjen enn de mer privilegerte og spesialiserte papiravisjournalistene (Allern, 1997: 197).

### **3.4. FREMGANGSMÅTE VED RAMMEANALYSE AV EN CASE**

Rammeanalyse brukes i den siste delen av oppgaven, for å besvare den tredje problemstillingen om Stjokman-saken. Bruk av denne typen analyse kan motvirke tendensen til at alt skal kvantifiseres gjennom innholdsanalyse og statistikk, slik som jeg i stor grad baserer meg på i første del av oppgaven (Reese m.fl., 2001: 8). Rammeanalyse kan altså være med på å nyansere funnene fra de mer kvantitative undersøkelsene.

Her vil jeg først vise hvordan Øyvind Ihlen (2007) har tilnærmet seg rammebegrepet og operasjonalisert det. Så gjør jeg rede for min tilnærming, som er utformet på bakgrunn av teorien som ble presentert i teorigapitlet og Ihlens tilnærming. Til slutt ser jeg på fordeler og ulemper ved caseanalyse, siden rammeanalysen gjøres på en case (Stjokman-saken).

## Ihlens tilnærming

Det er viktig å understreke at Ihlen og jeg har to forskjellige mål med våre undersøkelser: Ihlen ønsket å forstå noe om hvordan norsk oljeindustri tenker og kommuniserer, og hvordan den etablerer visse tolkningsrammer og jobber med sitt omdømme (Ihlen, 2007: 21). Mitt mål i den tredje problemstillingen er å finne ut hvilke nyhetsrammer pressen bruker i sin dekning av Sjtokman. Jeg sammenlikner så mine funn med de tolkningsrammene som industrien foretrekker, det vil si Ihlens analyse. Ihlen leter altså etter industriens foretrukne tolkningsrammer, mens jeg leter etter rammene som tas i bruk når norsk presse formidler nyheter om Sjtokman. Min metodiske tilnærming avviker noe fra Ihlens fordi jeg kun tar for meg pressedekningen, mens Ihlen har sett mer på andre publikasjoner og intervju.

I *Petroleumsparadisets* kapittel 2 gir Ihlen en oversikt over hvordan han tolker og bruker rammebegrepet. Han legger Stephen D. Reeses definisjon av ramme til grunn: "Frames are organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world" (Reese m.fl., 2003: 11). Ihlen velger altså å se på rammene som relativt bestandige, han mener en tolkningsramme bør være så prinsipiell at den kan brukes om mange ulike tema (Ihlen, 2007: 33). Ihlens fremgangsmåte er først å gå induktivt til verks og rekonstruere og søke etter rammer ved å lete etter eksempler. Så jobber han mer deduktivt ved å forsøke å si noe om omfanget av tolkningsrammene i et større tekstmateriale som inkluderer intervjuer, brosjyrer, medieoppslag etc. (ibid.: 35).

Videre bygger Ihlen på William Gamsons fremgangsmåte for å identifisere tolkningsrammer. Gamson mener en god rammeanalyse må identifisere: 1) Metaforer, 2) eksempler, 3) slagord, 4) skildringer, 5) visuelle bilder. I tillegg bør forskeren se etter tre former for posisjonsverktøy: 1) årsaksanalyse eller røtter, 2) konsekvensanalyse eller 3) appell til prinsipper for at en inntar et spesielt standpunkt (ibid.: 33-34). Ihlen bygger også på Gamson og Lasch (1983) sine definisjoner av metaforer, eksempler, slagord, skildringer og visuelle bilder. Sammen med de tre posisjonsverktøyene kan disse elementene utgjøre en overordnet tolkningsramme, som for eksempel "krigen mot terror".

Ihlen modifiserer denne 8-punktslisten noe. Blant annet ønsker han ikke å begrense seg til metaforer, men også se på sammenlikninger, synekdoker og liknende. I ordanalysen ser Ihlen altså generelt på språklige bilder som peker utover seg selv. Han argumenterer for ikke å analysere bilder ved å si at det er lite sentralt i det materialet han har analysert. Ihlen

sitter dermed igjen med følgende elementer for analysen: *Kjerneramme*: troper, eksempler, slagord, skildringer. *Kjerneposisjon*: årsaker, konsekvenser, prinsipper.

### **Min tilnærming**

Mitt datamateriale er annerledes enn Ihlen's fordi jeg kun analyserer pressedekningen. Rammer kan ha minst fire ulike plasseringer i kommunikasjonsprosessen (Entman, 1993: 52-53): 1) Hos senderen; Senderen gjør bevisste og ubevisste valg og vurderinger av mulige tolkningsrammer når det bestemmes hva som skal sies. 2) I budskapet; Teksten inneholder rammer som manifesteres gjennom tilstedeværelsen eller mangelen på nøkkelord, stereotypiserte bilder, kilder etc.. 3) Hos mottakeren; Rammene som veileder mottakerens måte å tenke på, hans eller hennes kognitive skjema. 4) I kulturen; Beholdningen av alminnelig aksepterte rammer vanlig innenfor en sosial gruppering. Mens Ihlen langt på vei har sett på rammene hos senderen, oljeindustrien, er mitt anliggende å se på den kommuniserte teksten, eller budskapet, slik det fremstår i pressen.

For å unngå for stor grad av subjektivitet i analysen, må framing-begrepet operasjonaliseres (Tankard, 2003: 98). Spørsmålet er: Hvilke komponenter i nyhetshistorien er med på å konstituere rammen? Vi kommer et stykke på vei ved å ta med oss Ihlen's tilnærming i videre analyse. Ihlen's kjerneramme bestående av troper, eksempler, slagord, skildringer, samt identifisering av viktige nøkkelord, beholder jeg i min analyse. Framing innebærer utvelgelse, fremheving og eksklusjon (Entman, 1993: 52). De fremhevede elementene brukes til å konstruere et argument om problemenes opprinnelse, evaluering og/eller løsning. Dette elementet finner vi igjen i kerneposisjonene til Ihlen; årsaker/røtter, konsekvenser og prinsipper. Disse momentene tas også med videre i analysen. I tillegg inkluderes trekk ved en tekst som er spesielt for nyhetsartikler, siden min empiri utelukkende er hentet fra nyhetsmedier. Tankard's "List of frames" er en empirisk, systematisk tilnærming til rammebegrepet (Tankard, 2003: 100-101). Listen består av 11 elementer som bidrar til å identifisere en nyhetsramme: 1) overskrift og små overskrifter, 2) undertitler, 3) bilder, fotografier, 4) bildetekster, 5) "leads" eller ingress, 6) uvalg av kilder eller andre tilknyttet historien, 7) utvalg av sitater, 8) uthevede sitater, 9) grafisk utforming, 10) statistikk, kart eller grafikk, 11) konkluderende utsagn eller avsnitt i artikkelen. Gamson og Modigliani identifiserer ulike rammemønstre eller hjelpemidler for rammene. Disse fortetter informasjon og viser en "mediepakke" av et spesielt tema, og de viktigste faktorene er 1) metaforer, 2) eksempler, 3) fremhevede setninger eller sitater (catch-phrases) 4) skildringer, og 5) bilder (Gamson og Modigliani sitert i Vreese, 2001: 33-34).

På bakgrunn av gjennomgang i teorikapitlet og forslagene til operasjonalisering i dette kapitlet, har jeg satt opp en liste over de komponentene som jeg mener er mest relevante i dette datamaterialet. Her følger en fullstendig liste: **Kjerneramme** etablert av 1) tekstkomponenter (tittel og mellomtitler, ingresspoeng, prioriterte sitater og kildevalg/hovedkilde), 2) layoutkomponenter (bildebruk og oppslagsprioriteringer), og 3) ordelementer (troper, eksempler, slagord, skildringer og nøkkelord). **Kjerneposisjon** beskrevet gjennom årsaker, konsekvenser og prinsipper. Denne listen ble lagt inn på kodeark som jeg brukte ved gjennomgåelse av hver enkelt avis sin dekning (Vedlegg 3).

Ihlens rammer er relativt bestandige, de skal kunne brukes om mange ulike tema. Dette perspektivet tar jeg med meg videre i min analyse, jeg leter etter og definerer rammer som er mest mulig generelle, samtidig som de beskriver mitt materiale.

I presentasjonen av rammeanalysen sammenliknes mine funn med Ihlens funn i slutten av hver beskrevne nyhetsramme. En feilkilde her er at jeg analyserer kun dekningen av StatoilHydro, mens Ihlen har sett på hele petroleumsbransjen. Jeg mener en slik sammenlikning likevel kan forsvares siden StatoilHydro er den klart tyngste aktøren innen norsk petroleumsbransje. StatoilHydro omtales dessuten ofte synonymt med "norsk oljeindustri" (ibid.: 13). Jeg sammenlikner også mine funn med masteroppgavene til Reiten (2007) og Weisser-Svendsen (2007)<sup>20</sup>. Jeg konsentrerer meg om dekningen på de tre dagene den var mest massiv (se kapittel 3.1. om utvalgte tidsperioder), men jeg har også gått gjennom de 91 andre sakene som handlet om Sjtokman i 2007. Ved å gå gjennom hver enkelt av dem, kan jeg si noe om rammenes gyldighet også utover de tre utvalgte "kjernedatoene", da dekningen var spesielt massiv. Det gjør det også mer relevant å snakke om "dominerende" rammer når utvalget er større.

Jeg vil til slutt presisere at jeg på ingen måte har noen ambisjon om å vurdere hvorvidt industriens kommuniserte virkelighetsbilde er sannferdig, for eksempel om norske selskaper faktisk er flinkere enn andre på etikk og samfunnsansvar. Det jeg vil si noe om, er i hvilken grad industrien – representert ved StatoilHydro – sin argumentasjon får resonans i pressen. Det gjør jeg altså ved å sammenlikne industriens foretrukne tolkningsrammer med pressens nyhetsrammer i dekningen av Sjtokman.

### **Caseanalyse og begrunnelse for valg av Sjtokman som case**

Jeg velger altså å bruke en *case* til rammeanalysen. Det finnes ingen allment akseptert definisjon av begrepet case, eller casestudie (Ragin & Beckers sitert i Ringdal, 2001: 113). Men Johan Galtung, som bruker begrepet "intensive forskningsstrategier", definerer det som kartlegging av mange egenskaper hos én eller noen få enheter (sitert i Østbye m.fl., 2002:

244). Det er nettopp det jeg gjør med Sjtokman-saken når jeg svarer på den tredje problemstillingen. Først i analysekapitlet presenteres historien bak Sjtokman fordi konteksten er viktig for å forstå casen slik den presenteres og forstås i dag (Østbye m.fl., 2001: 242). Det at Sjtokman-saken er unik, gjør det tilsynelatende umulig å generalisere, noe som ofte er målet med forskning. Men detaljerte og virkelighetsnære beskrivelser av én sak, kan gi viktig informasjon når man ser på andre sammenliknbare saker (ibid). Casestudier kan for eksempel gi generell kunnskap dersom vi kopler analysen opp mot god teori, fordi utvalget kan bidra til å teste teorien. Hvis det er lite teori på feltet, kan caseanalysen gi oss et overblikk eller en første innsikt i for eksempel et sakskompleks. I Sjtokman-tilfellet befinner vi oss et sted mellom disse to virkelighetene. Det foreligger noe forskning på området, og jeg ser min case opp mot det som er gjort tidligere. Samtidig forsøker jeg å se etter nye måter å beskrive virkeligheten på. Målet er altså å formulere noen begreper og beskrivelser som kanskje kan egne seg for videre testing (ibid.: 245). At rammeanalyse baserer seg på tidkrevende dybdelesning av artikler, er også et godt argument for å begrense analysen til en bestemt case. På denne måten kan jeg ta for meg nok artikler til at jeg kan forsøke å si noe generelt om casen, samtidig som jeg ikke tar så mange at jeg bare beveger meg i overflaten.

Jeg velger Sjtokman som case blant annet fordi det er den saken som får mest presseoppmerksomhet i 2007, ifølge innholdsanalysen i kapittel 4.1.. Nesten 30 prosent av dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement handlet om Sjtokman. Saken er også klart hyppigst omtalt på lederplass, og 16 av totalt 27 lederartikler om StatoilHydro, handlet om det russiske gassfeltet. Dette tyder på at avisene i utvalget oppfattet nyheten som den viktigste for StatoilHydros virksomhet i utlandet i 2007. Ingen av de andre store utenlandssakene, men delvis unntak i Libya-korrupsjonen, kan sammenliknes når det gjelder det totale nyhetstrykket. Sjtokman er også den eneste saken som har hatt relativt jevn dekning gjennom hele året, med to topper i juli og oktober. Med en slik dekning er det mulig å se på eventuelle endringer over tid. En annen grunn til å velge Sjtokman, er at dekningen har vært nokså mangfoldig. Mens for eksempel investeringen i oljesand i Canada nesten utelukkende ble dekket i et miljøperspektiv, debatteres flere sider ved Sjtokman. En tredje grunn til å velge Sjtokman, er at dette feltet har vært på dagsorden i Statoil og Hydro i svært mange år. Dette, samt dimensjonen på prosjektet, gjør det til en viktig del av StatoilHydros utenlandsengasjement også i årene som kommer. Et siste argument til å bruke Sjtokman, er den geografiske nærheten til Norge. Flere av industriens tolkningsrammer, blant annet rundt rammevilkår i Nord-Norge, er dermed relevante i analysen.

Et argument som taler mot å bruke Sjtokman som case, er at dekningen av denne saken er veldig positiv sammenliknet med den generelle dekningen av StatoilHydro i utlandet. Bare 13 prosent av Sjtokman-sakene er problematiserende, mot et snitt på rundt 30 prosent for den generelle dekningen, slik tabell 25 i vedlegg 4 viser. Det betyr at saken ikke er representativ for den mer kritiske journalistikken som er praktisert rundt for eksempel Libya-korrupsjonen og oljesanden i Canada. Men casen skal altså ikke brukes som eksempel på typisk dekning av StatoilHydros utenlandsengasjement, til det er dekningen for fragmentert. Dette fremgår klart av konklusjonen på rammeanalysen i kapittel 6.3..

### **Selvrefleksjon**

Her følger en kort refleksjon over eget ståsted som journalist. Jeg har arbeidet som journalist i rundt fire år, og da jeg begynte på mastergraden, jobbet jeg først som journalist i *Avisens Nyhetsbyrå (ANB)*, så på desken i *Morgenbladet*. Gjennom hele perioden som jeg har skrevet på selve masteroppgaven, har jeg jobbet i *Aftenpostens* innenriksavdeling som tilkallings- og sommervikar. Som journalist har jeg fått innsikt i det arbeidet som foregår innad i redaksjonen, også i møte med kildeorganisasjoner som StatoilHydro. På den ene siden kan dette ha vært positivt for oppgaven. I intervjusituasjon med journalistinformantene har jeg kanskje lettere kunnet tilpasse meg journalistenes virkelighet og forstå deres arbeidsforhold. Men på den andre siden kan min rolle som journalist også farge mitt syn på dekningen og journalistens virkelighet på en måte som gjør meg mindre i stand til å analysere fordomsfritt. Det kan tenkes at jeg i for stor grad "tar parti" med journalisten fordi jeg kjenner meg igjen i hans situasjon. Men med et reflektert forhold til eget ståsted tror jeg bakgrunnen min totalt sett har vært et større gode enn et onde for arbeidet med masteroppgaven, ikke minst fordi den har gjort interessen for feltet så stor.





## 4. INNHOLDS- OG KILDEANALYSE: HVA OG HVEM PREGER SPALTENE?

I dette kapitlet gjennomgår og kommenterer jeg analysene av datamateriale som er samlet inn fra hele 2007. Hensikten er å svare på del én av problemstillingen: Hva og hvem preger spaltene i norsk presse når det gjelder StatoilHydros virksomhet og interesser i utlandet? I metodedelene har jeg beskrevet fremgangsmåte for utvelgelse av empiri, registrering og bruk av SPSS for å gjennomføre analysene. Først presenteres innholdsanalysen hvor bredden og variasjonen i dekningen, samt grad av problematisering, fremkommer (kapittel 4.1.). Videre følger kildeanalysen hvor vi blant annet ser på hvem som brukes som kilde og hvor kompleks kildebruken er (kapittel 4.2.). I konklusjonen koples de to analysene sammen (kapittel 4.3.). Her oppsummeres også de andre hovedfunnene.

### 4.1. INNHOLDSANALYSE

Først følger en kort oversikt over nyhets- og debattåret 2007, slik det er gjengitt i de seks analyserte avisene. Dette gir ett overblikk over dekningen før vi går videre med analysen.

**Tabell 4 Nyhets- og debattåret 2007 for StatoilHydros engasjement i utlandet**

<b>Januar</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Uro i Venezuela truer Statoils engasjement</li><li>• Statoil forhandler med Kina og sitt Iran-engasjement</li><li>• Statoil inn i Indonesia</li><li>• Nedjustering av feltene i Mexicogolfen</li><li>• Spekulasjoner rundt Sjtokman</li><li>• <i>Debatt: Generelt rundt i hvilken grad StatoilHydro-sammenslåingen vil påvirke utenlandsengasjementet</i></li></ul>	<b>April</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Statoil med ny avtale i Indonesia</li><li>• Fortsatt spenning i Venezuela, avtale inngås</li><li>• Statoil tildelt sitt første leteareal i Tanzania</li><li>• Statoil "ser på" Jemen</li><li>• Statoils oljesand-oppkjøp i Canada</li><li>• <i>Debatt: Rundt Canada-opkjøpet, miljø og klima</i></li></ul>	<b>Juli</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• StatoilHydro-sammenslåing godkjent av aksjonærene (5. juli)</li><li>• Hydro kjøper opp i India</li><li>• Statoil finner gass i Venezuela</li><li>• Total blir første partner på Sjtokman med 25 prosent</li><li>• Statoil-funn vest for Shetland (Skotland)</li><li>• Lavere skatt i utlandet "redder" Statoil-resultat</li><li>• <i>Debatt: Hva er Sjtokman-mulighetene etter at Total ble partner?</i></li></ul>	<b>Oktober</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• StatoilHydro blir formelt ett selskap (1. okt.)</li><li>• Libya-saken sprekker (1. okt.)</li><li>• Reiten trekker seg som styreleder (4. okt.)</li><li>• Varsler Algerie-satsning</li><li>• Iran-trøbbel etter press fra USA</li><li>• Endrede skatteregler i Nigeria</li><li>• Sjtokman-ja, StatoilHydro får 24 prosent (25. oktober)</li><li>• Borgen-dokumentar har tv-premiere</li><li>• <i>Debatt: Etikk i Libya-saken, Toppledertforum og KonKraft (Dagbladet), bistand og Afrika-engasjement (Dagbladet) og miljø- og etikk ved Sjtokman</i></li></ul>
<b>Februar</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nigeria-uro og kostnadssprekk for Statoil</li><li>• Felt i Aserbajdsjan stengt</li><li>• Venezuela ønsker kontroll over Statoil-felt</li><li>• Hydro-funn i Libya</li><li>• Videre spekulasjoner rundt Sjtokman-avtalen</li></ul>	<b>Mai</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• EU godkjenner StatoilHydro-sammenslåingen (3. mai)</li><li>• Hydros Iran-avtale forpurres av USA-sanksjoner</li><li>• <i>Debatt: Hydro i Iran vs. oljefondet (Aftenposten), Canada-kjøpet, etiske sider ved Statoils utenlandsvirksomhet (DN).</i></li></ul>	<b>August</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Statoil og Hydro kjøper i Mexicogolfen</li><li>• Hydro kjøper seg inn i britisk oljefelt</li><li>• Videre spekulasjoner rundt Sjtokman-deltakelse</li><li>• <i>Debatt: Rundt Borgen-dokumentar, rundt Iran-engasjement (Dagbladet), og om Sjtokman-mulighetene</i></li></ul>	<b>November</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Storfunn i Kaspiahavet</li><li>• Iran-sanksjoner gir problemer</li><li>• Tanzania-investeringer</li><li>• <i>Debatt: Rundt Øyvind Ihlens Petroleumsparadis (utgivelse), Canada-saken og Tanzania-investeringer</i></li></ul>
<b>Mars</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Statoil sikret operatørskap på felt i Indonesia</li><li>• Spekulasjoner rundt Sjtokman</li><li>• Strategisk samarbeid inngås mellom Petrobras (Brasil) og Statoil</li><li>• Hydro planlegger milliardutbygging i Brasil</li><li>• Statoil finner gass i Algerie</li></ul>	<b>Juni</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Statoil mulig kontor i Nord-Irak</li><li>• Enighet i Venezuela, Statoil beholder 10 prosent i Sincor</li><li>• Statoil og Hydro svartelistet i USA pga. Iran og Cuba</li><li>• <i>Debatt: Norsk utenrikspolitikk versus Statoils utenlandsengasjement (Aftenposten), og noe debatt om Statoils planlagte Irak-kontor (Stavanger Aftenblad)</i></li></ul>	<b>September</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Statoils samarbeidsavtale med Brasil</li><li>• Spekulasjoner rundt Sjtokman-deltakelse</li><li>• <i>Debatt: Videre debatt rundt Borgen-dokumentar</i></li></ul>	<b>Desember</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nye funn i Mexicogolfen</li><li>• Finner gass i Sahara</li><li>• Selger ut i Mexicogolfen</li><li>• <i>Debatt: Rundt Olje for utvikling etc. (Aftenposten)</i></li></ul>

## Omfang og teksttyper

Jeg registrerte totalt 568 artikler, alle teksttyper inkludert, i de seks avisene i 2007 (se vedlegg 4 for artikkeloversikt). *DN*, *Aftenposten* og delvis *Stavanger Aftenblad* har størst nyhetstrykk på StatoilHydros utenlandsengasjement, slik tabell 5 viser. De lave antallet saker hos *Nordlys*, *VG* og *Dagbladet* viser gjennomgående mindre interesse for stoffet. Men uten tall på den totale dekningen er det vanskelig å si noe sikkert om de ulike avisenes prioriteringer av stoff om StatoilHydros utenlandsengasjement. Jeg har heller ikke gjort noen undersøkelser av den totale dekningen av StatoilHydro (det vil si også deres virksomhet i Norge), men i intervju med fire av de mest aktive oljereporterne i norsk presse kommer det frem at dekningen av utenlandsengasjementet trolig er relativt beskjeden og lite prioritert sammenliknet med dekningen av StatoilHydros virksomhet på norsk sokkel<sup>21</sup>.

**Tabell 5 Antall artikler om StatoilHydros utenlandsvirksomhet i 2007, fordelt på aviser**

	N (antall artikler)	Prosent
<i>DN</i>	209	37 %
<i>Aftenposten</i>	134	24 %
<i>Dagbladet</i>	47	8 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	92	16 %
<i>Nordlys</i>	44	8 %
<i>VG</i>	42	7 %
<b>Total</b>	<b>568</b>	<b>100 %</b>

Når vi ser dekningen i sammenheng med variabelen *teksttyper*, fremtrer klare forskjeller mellom avisene. Halvparten av *Dagbladets* dekning er meningsstoff, det vil si nyhetskommentar, lederartikler eller leserinnlegg/kronikk, slik tabell 6 viser. Det er langt mer enn de andre avisene i uvalget, og det kan skyldes at *Dagbladet* fremdeles anses som en viktig debattavis i Norge og at de ønsker å befeste denne posisjonen. Det kan også skyldes at meningsstoff ofte er billigere å produsere enn nyheter, særlig gjelder dette lesergenerert stoff som leserinnlegg.

**Tabell 6 Pressedekning i sammenheng med teksttype, i prosent av total dekning hos hver avis**

Teksttype	<i>DN</i>	<i>Aftenposten</i>	<i>Dagbladet</i>	<i>Stav. Aft.</i>	<i>Nordlys</i>	<i>VG</i>	Total (N)
Nyhetsartikkel	62 %	50 %	28 %	39 %	32 %	45 %	<b>49 % (278)</b>
Notis	22 %	23 %	17 %	35 %	27 %	17 %	<b>24 % (136)</b>
Nyhetskomm.	4 %	8 %	17 %	7 %	18 %	17 %	<b>9 % (48)</b>
Børskommentar	1 %	5 %	-	1 %	-	-	<b>2 % (11)</b>
Leserinnlegg og kronikk	6 %	9 %	23 %	8 %	7 %	5 %	<b>8 % (47)</b>
Leder	3 %	3 %	9 %	4 %	11 %	10 %	<b>5 % (27)</b>
Annet	2 %	2 %	6 %	7 %	4 %	7 %	<b>4 % (21)</b>
Totalt	100 %	100 %	100 %	101 %	99 %	101 %	<b>101 % (568)</b>

Særlig *DN*, men også *Aftenposten*, skiller seg ut med høy andel nyhetsartikler i dekningen. Dette kan skyldes *DNs*, og i senere tid også *Aftenpostens*, klare satsning på økonomistoff

(Slaatta, 2001: 146). Med en høy andel nyhetsartikler går avisene trolig dypere inn i stoffet enn *Stavanger Aftenblad*, som har svært høy andel notisstoff og færre nyhetsartikler.

Alle avisene trykket mellom fire og seks lederartikler om StatoilHydros utenlandsengasjement i løpet av 2007. Hvis vi sammenlikner med den totale dekningen hos hver enkelt avis, er det imidlertid *Nordlys* som har den største andelen lederartikler. Mer enn hver tiende sak i *Nordlys'* dekning er en lederartikkel. Dette skyldes i stor grad Sjtokman-saken, som ble oppfattet som viktig for avisens dekningsområde, området der avisen er nr. én-avis for sine lesere. Når vi ser den totale fordelingen mellom teksttyper under ett, skiller ikke dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement seg fra andre saker. Det er en "normal" stoffmiks å ha i overkant av 20 prosent notiser og rundt 50 prosent nyhetsartikler, ifølge andre, likende undersøkelser (se for eksempel Allern, 1997; Slaatta, 2001). Det kan tyde på at StatoilHydros virksomhet i utlandet behandles som andre stoffområder, og ikke henvises for eksempel i større grad kun til notisplass.

### Saksområder

Kampen om Sjtokman-feltet fikk mest oppmerksomhet i 2007, slik tabell 7 viser. Det kan skyldes prosjektets omfang, den geografiske nærheten til Norge og det at saken ble fulgt gjennom hele året. Norske leverandørbedrifter ble også i stor grad trukket inn i dekningen, og det gir saken større utslag på nyhetskriteriet identifikasjon, som omhandler geografisk og kulturell nærhet (se for eksempel Allern, 2001b: 55). Det nest største saksområdet var imidlertid korrupsjonssaken fra Libya, et forhold som lå noe tilbake i tid og lengre vekk geografisk. Sprengkraften som lå i anklagene, gjorde likevel saken til en av de mest omtalte, og *DN* var avisen som fulgte saken tettest.

**Tabell 7 Saksområder, fordelt på artikler og prosent av dekningen**

Saksområde	Antall artikler	Prosent
Sjtokman-saken	166	29 %
Libya-saken	137	24 %
Utenlandsengasjementet generelt	40	7 %
Oljesand i Canada-saken	28	5 %
Venezuela-uroen	26	5 %
Aserbajdsjan-dokumentaren	14	3 %
Annet	157	28 %
<b>Total</b>	<b>568</b>	<b>101 %</b>

To andre nokså store saker er StatoilHydros kontroversielle oppkjøp av oljesand i Canada og selskapets problemer rundt nasjonalisering av petroleumsressurser i Venezuela. Kategorien "Annet" i tabellen refererer til alle artikler som ikke omhandler ett av de fem største saksområdene eller "Utenlandsengasjementet generelt"<sup>22</sup>.

*DN* var den avisen som skrev flest artikler om Libya, og fulgte saken tettest blant annet ved å sende reportere til Afrika. Likevel er det *VG* og *Dagbladet* som prioriterte Libya-saken høyest hvis vi sammenlikner med den totale dekningen hos hver enkelt avis. Hele 50 prosent av *VGs* StatoilHydro-dekning dreide seg om Libya-korrupsjonen, mot bare 23 prosent av *DNs* dekning, slik tabell 24 viser (ligger i vedlegg 4). Vi ser altså en tendens til at *VG* og *Dagbladet* kun henger seg på de største sakene, mens *Aftenposten* og *DN* har en bredere dekning av flere saksområder. Dette kan henge sammen med deres posisjon i medieordenen og fokuset på økonomi og børs. Det kan også skyldes at *VG* og *Dagbladet* har en høyere terskel for i det hele tatt å skrive om StatoilHydro i utlandet fordi det ikke oppfyller de nyhetskriteriene tabloidavisene ofte legger til grunn for sine valg.

Så å si hele *Nordlys'* dekning dreier seg om Sjtokman, slik tabell 24 (i vedlegg 4) viser. Det kan skyldes at de prioriterer det som (potensielt) betyr mest for sitt område, men det er likevel merkelig at en regional nr. én-avis fullstendig overser for eksempel Libya-saken. Sjtokman-saken ble for øvrig klart hyppigst omtalt på lederplass, 16 av totalt 27 lederartikler i 2007 handlet om saken. Det tyder på at avisene oppfattet denne nyheten som den viktigste nasjonale nyheten om StatoilHydros utenlandsvirksomhet dette året.

Ingen av avisene skriver spesielt mye om Aserbajdsjan i kjølvannet av Erling Borgens kritiske dokumentar, og ingen skriver om landet på selvstendig grunnlag, det vil si utenfor konteksten av filmen. Kritikere som Helge Ryggvik er blitt marginalisert i den norske debatten rundt StatoilHydros utenlandsengasjement (Ihlen, 2007: 99), og det kan være grunn til å spørre om dette kanskje også rammer Borgen<sup>23</sup>.

*Aftenposten* er den avisen som skriver mest om StatoilHydros utenlandsengasjement generelt, slik tabell 24 viser. I slike saker belyses mer prinsipielle sider ved StatoilHydros satsninger. Dette forholdet henger trolig sammen med at nyhetskommentarer, kronikker og leserinnlegg ofte tar for seg slike mer overordnede sider ved StatoilHydros utenlandsvirksomhet, og *Aftenposten* har en relativt stor andel slikt meningsstoff.

### **Problematisering og vinkling**

To variabler om "problematisering" og én variabel om "vinkling" forteller oss noe om hvordan StatoilHydros utenlandsengasjement fremstilles i pressen. Variablene er beskrevet i detalj i metodekapittel 3.2. under variabler til innholdsanalysen. Først ser vi nærmere på i hvilken grad avisene problematiserer virksomheten. Et oppslag regnes som problematiserende dersom det "stiller spørsmål ved, problematiserer eller viser til mulige negative konsekvenser av StatoilHydros engasjement når det gjelder sosial og politisk utviklingen i landet der de har investert" (Reiten, 2007: 54). Jeg inkluderer også et

miljøperspektiv, og snakker om problematiserende artikler når det gjelder etikk, miljø og samfunnsansvar, slik tabell 8 viser.

**Tabell 8 Problematiserende artikler når det gjelder etikk, miljø og samfunnsansvar (i prosent av dekningen hos hver avis)**

	<b>Ikke-problematiserende</b>	<b>Problematiserende, etikk, miljø, samfunnsansvar</b>
<i>DN</i>	73 %	27 %
<i>Aftenposten</i>	75 %	25 %
<i>Dagbladet</i>	43 %	57 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	67 %	32 %
<i>Nordlys</i>	84 %	16 %
<i>VG</i>	55 %	45 %
<b>Total</b>	<b>69.5 %</b>	<b>30.5 %</b>

*Nordlys* har størst andel ikke-problematiserende oppslag, og det skyldes den omfattende Sjtokman-dekningen, hvor StatoilHydros engasjement i svært liten grad problematiseres. *Nordlys* har også valgt ikke å dekke verken Libya-korrupsjonen, oljesanden i Canada eller Aserbajdsjan-dokumentaren, tre temaer som i stor grad åpner for problematiserende artikler. Også *Aftenposten* og delvis *DN* har en relativt stor andel ikke-problematiserende artikler når vi ser på etikk, miljø og samfunnsansvar. Dette henger sammen med at disse avisene har en bredere dekning enn de andre, for eksempel om lukrative investeringer i Brasil og Mexicogolfen, som er lite problematiserte saksområder. Begge tabloidene har en høy andel problematiserende artikler. Det skyldes at de prioriterer Libya-saken høyt, en sak som i stor grad åpner for problematiserende artikler. Det er kanskje noe overraskende at *Stavanger Aftenblad* har en større andel problematiserende saker enn *Aftenposten* og *DN*. Dette kan skyldes at redaksjonen bevisst dekker de delene av virksomheten som de mener bør problematiseres. Dette er det verdt å merke seg for de som hevder lokal- og regionaviser tenderer mot å støtte eller skåne "lokale" bedrifter. Men forskjellene mellom Oslo-avisene *DN/Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* er såpass liten at den kan skyldes tilfeldigheter.

Totalt sett kan rundt 30 prosent av artiklene regnes som problematiserende, slik tabell 8 viser. Det er imidlertid vanskelig å vurdere hvorvidt dette er en bra balanse i forhold til den "virkeligheten" StatoilHydro opererer i.

Definisjonen av problematiserende artikler som Reiten (2007) bruker, og som jeg har lagt til grunn for resultatene i tabell 8, utelukker økonomiske aspekter. En god del oppslag, særlig i økonomisk orienterte aviser som *DN*, problematiserer bare den økonomiske lønnsomheten av StatoilHydros virksomhet i utlandet. Slike artikler faller utenfor den første variabelen for problematiserende artikler, og derfor inkluderes et økonomisk aspekt i den følgende variabelen. Andelen ikke-problematiserende artikler

synker når vi tar hensyn til alle artiklene som problematiserer økonomiske aspekt, slik tabell 9 viser:

**Tabell 9 Problematiserende artikler når det gjelder økonomi eller etikk, miljø og samfunnsansvar (i prosent av dekningen hos hver avis)**

	<b>Ikke-problematiserende</b>	<b>Problematiserende, økonomisk aspekt</b>	<b>Problematiserende, etikk, miljø, samfunnsansvar</b>
<i>DN</i>	55 %	18 %	27 %
<i>Aftenposten</i>	62 %	13 %	25 %
<i>Dagbladet</i>	40 %	2 %	57 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	58 %	11 %	32 %
<i>Nordlys</i>	77 %	7 %	16 %
<i>VG</i>	45 %	10 %	45 %
<b>Totalt</b>	<b>57 %</b>	<b>13 %</b>	<b>30 %</b>

Det er, ikke uventet, særlig *DN* som problematiserer økonomisk lønnsomhet, mens *Dagbladet* tilsynelatende er minst opptatt av å bruke spalteplass på dette (de trykket bare én sak i 2007 der økonomisk lønnsomhet ble problematisert). *Nordlys* er også lite opptatt av StatoilHydros lønnsomhet, de fokuserer i større grad på mulige økonomiske ringvirkninger for næringsliv i nord, noe vi ser nærmere på i rammeanalysen i kapittel 6.

Hvis vi ser variabelen problematiserende i sammenheng med variabelen teksttype, blir det klart at det er store forskjeller mellom ulike sjangere. Tabell 10 viser at det er særlig teksttypene nyhetskommentar, leserinnlegg og kronikker som er problematiserende. Også lederartikler er mer problematiserende enn gjennomsnittet. Dette skyldes trolig at man velger ut de mest kontroversielle temaene som emne for debatt- og kommentarstoff, og disse teksttypene bidrar dermed til å gjøre den totale dekningen mer problematiserende enn den rene nyhetsdekningen. Notiser og børskommentarer er minst problematiserende, og det skyldes trolig at tema her ofte er mindre funn samt gode børsdager.

**Tabell 10 Andelen problematiserende oppslag sett i sammenheng med teksttype**

	<b>Ikke-problematiserende</b>	<b>Problematiserende, etikk, miljø, samfunnsansvar</b>
Nyhetsartikkel	70 %	30 %
Notis	90 %	10 %
Nyhetskommentar	52 %	48 %
Børskommentar	91 %	9 %
Leserinnlegg og kronikk	34 %	66 %
Leder	67 %	33 %
Annet	48 %	52 %
<b>Totalt (N)</b>	<b>69.5 % (395)</b>	<b>30.5 % (173)</b>

Dersom vi sammenlikner andelen problematiserende oppslag også med hvilke saksområder som omtales, ser vi at Sjtokman-saken problematiseres svært lite: Bare 13 prosent av sakene problematiserer forhold når det gjelder etikk, miljø og samfunnsansvar (se tabell 25 i vedlegg 4). Dette er svært lavt sammenliknet med gjennomsnittet på over 30 prosent

problematiserende saker. Ikke uventet er Libya-korrupsjonen, oljesanden i Canada og Aserbajdsjan-dokumentaren sakene som trekker opp snittet for problematiserende dekning. Også i saker om utenlandsengasjementet generelt problematiseres som regel virksomheten.

Mens variabelen "problematisering" går direkte på innholdet i saken, fanger variabelen "vinkling" også opp hvilket førsteinntrykk saken gir. Som forklart i metodedelen, er det tittel, ingress og hovedkildens budskap som avgjør hvorvidt en sak er positivt, negativt eller nøytralt vinklet (inspirert av variabelen *kritikk* hos Slaatta, 2001: 254). Tabell 11 viser at det er *Nordlys* som oftest vinkler positivt (på grunn av den massive og nesten utelukkende positive dekningen av Sjtokman-saken). Tabloidene er de klart mest negative.

**Tabell 11 Vinkling, fordelt i prosent av total dekning hos hver enkelt avis**

	Positiv	Negativ	Nøytral
<i>DN</i>	18 %	26 %	56 %
<i>Aftenposten</i>	22 %	23 %	55 %
<i>Dagbladet</i>	9 %	40 %	51 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	16 %	25 %	59 %
<i>Nordlys</i>	30 %	16 %	55 %
<i>VG</i>	7 %	45 %	48 %
<b>Totalt (N)</b>	<b>18 % (102)</b>	<b>27 % (154)</b>	<b>55 % (312)</b>

Det viktigste denne variabelen viser, er at de fleste artiklene er nøytrale, men at pressen generelt sett heller vinkler negativt enn positivt når det gjelder StatoilHydros utenlandsengasjement: 27 prosent av sakene har en negativ nyhetsvinkel, bare 18 prosent er positiv. Grunnen til at så mange saker regnes som nøytrale, er at det skal relativt mye til for å vurderes som enten negativ eller positiv vinkling (se metodekapittel 3.2. om innholdsanalysen side 25ff). Industrien med Oljeindustriens landsforening (OLF) i spissen har klaget over at mediene overfokuserer på ulykker og konflikter, og at de ellers viser liten interesse, bortsett fra når det gjelder korrupsjon og udemokratiske regimer (Ihlen, 2007: 13-14). Til en viss grad har de altså rett, det stemmer i alle fall at det er flere negativt vinklede saker enn positive, og dette gjelder særlig hos tabloidene, slik tabell 11 viser.

### **På debattsidene**

Debattinnlegg og kronikker utgjør nesten 10 prosent av den totale dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement (ifølge tabell 6), og er derfor en viktig del av dekningen. Det er også en redaksjonell oppgave å bestemme hvilke innlegg som trykkes, og hvilke som forkastes. Derfor følger en kort presentasjon av hvem og hva som sto på debattsidene i 2007 om StatoilHydro i utlandet. Det ble trykket totalt 47 innlegg i de seks utvalgte avisene. *VG* og *Nordlys* skiller seg ut med svært få leserinnlegg, mens *DN*, *Aftenposten* og *Dagbladet* har trykket flest. En årsak kan være den lite omfattende

redaksjonelle dekningen av dette stoffområdet hos *VG*, som ikke oppmuntret til debatt. *Dagbladet* har imidlertid like liten dekning som *VG*, men anses kanskje i større grad som en debattavis. Et poeng som underbygger dette, er at en del av innleggene i *Dagbladet* ikke har utspring i redaksjonell dekning, men kommer mer "umotivert" fra forskere eller andre som ønsker å bruke *Dagbladet* som arena for debatt.

Det er flest debattinnlegg som tar for seg StatoilHydros virksomhet i utlandet generelt, og de aller fleste innleggene er problematiserende. Nest mest populært på debattsidene er Sjtokman-saken, fulgt av oljesand i Canada og Aserbajdsjan-dokumentaren. Bare *ett* leserinnlegg tar for seg Libya-saken (innlegget er skrevet av en privatperson som mener Hydro-sjef Reiten har fått for mye kritikk i pressen). Det er overraskende at Libya-saken ikke genererer flere leserinnlegg (eller at innleggene eventuelt ikke trykkes), men en mulig årsak er at de interne granskingene konkluderte først nå i 2008.

Hvem står så bak debattinnleggene? De fleste er menn (39 av 47 skribenter) og de fleste er norske (46 av 47 skribenter). Dette er ikke overraskende gitt mannsdominansen i norsk presse (se for eksempel Eide (red.), 2000), men det er noe forbausende at det ikke er flere utenlandske skribenter siden temaet er StatoilHydros virksomheten utenfor Norge. De fleste som får sitt innlegg trykket, er privatpersoner (13 av 47 skribenter). Så følger forskere og politikere med henholdsvis 9 og 8 representanter, og folk fra miljøbevegelsen eller NGO-er med 8 innlegg. Bare ett leserinnlegg kommer fra StatoilHydro<sup>24</sup>, og det kan tyde på at selskapet ikke anser debattsidene som en viktig arena for å fremme syn på egen virksomhet.

## **4.2. KILDEANALYSE**

I siste del av innholdsanalysen fikk vi et innblikk i hvem som har dominert debattplass i de seks utvalgte avisene i 2007. I det følgende skal vi se på hvem som har sluppet til på redaksjonell plass. Vi ser også på kompleksiteten i kildebruken, det vil si hvorvidt man utøver selvstendig journalistikk eller baserer seg mer på ferdiggjort materiale.

### **Hvem slipper til på redaksjonell plass?**

178 nyhetsartikler og 88 notiser er blitt undersøkt når det gjelder kildebruk, slik det er gjort rede for i metod delen. I disse 266 sakene er det oppgitt 786 kilder, hvorav 566 er personkilder. I snitt per nyhetsartikkel er det oppgitt 3,6 kilder, mens per notis er det 1,7 kilder. Videre skal vi se hvem disse kildene er, og først gjennomgå personkildene.

Når det gjelder variabelen "kjønn", skiller ikke avisene seg nevneverdig fra hverandre. Menn ble intervjuet 430 ganger, mens kvinner står oppgitt som kilder 98



ganger<sup>25</sup>. Det betyr knappe 19 prosent kvinnelige kilder mot 81 prosent menn. Dette er en svært høy andel menn, men sammenliknet med andre studier viser det seg at man finner liknende fordelinger på andre stoffområder og i andre aviser (se for eksempel Eide (red.), 2000). Når man ser nærmere på de kvinnelige kildene, viser det seg at to pressetalskvinner fra StatoilHydro uttaler seg svært ofte. Hvis det hadde vært menn i disse stillingene, ville andelen kvinner vært langt under 10 prosent. Det betyr at vi i realiteten snakker om et svært mannsdominert kildegrunnlag. Journalistene som skriver om StatoilHydro i utlandet, er for øvrig også typisk menn. 278 av 337 oppgitte bylines tilhører mannlige journalister. Det betyr at 82 prosent av sakene der journalisten er oppgitt, er skrevet av menn. Dersom det er slik at menn helst intervjuer menn, mens kvinner er flinkere til å trekke inn kvinner, kan dette forklare noe av skjevheten i bruk av kilder. Andre forklaringer er at det er flere menn som jobber innen petroleumsbransjen, at det kan være lettere å få menn i tale, at viktige stillinger som styreleder og direktør i StatoilHydro er besatt av menn etc.

Når det gjelder variabelen "kildens opprinnelse", er det større forskjeller mellom avisene. Tabell 12 viser at *DN* og *Aftenposten* i størst grad benytter seg av ikke-vestlige kilder<sup>26</sup>. *Dagbladet* har bare snakket med én ikke-vestlig kilde i løpet av 2007, og heller ikke *VG* har prioritert å snakke med kilder utenfor det vi tradisjonelt oppfatter som Vesten.

**Tabell 12 Kildens opprinnelse, fordeling i de ulike avisene**

	Norsk	Vestlig	Ikke-vestlig	Ukjent <sup>27</sup>
<i>DN</i>	70 %	7 %	15 %	8 %
<i>Aftenposten</i>	71 %	9 %	14 %	6 %
<i>Dagbladet</i>	92 %	-	2 %	6 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	84 %	3 %	10 %	4 %
<i>Nordlys</i>	82 %	-	9 %	9 %
<i>VG</i>	70 %	7 %	4 %	19 %
<b>Totalt (N)</b>	<b>74 % (421)</b>	<b>6 % (33)</b>	<b>12 % (69)</b>	<b>8 % (43)</b>

Den totale dekningen viser at 12 prosent av kildene var ikke-vestlige, mens 80 prosent var norske eller vestlige. Siden det meste av virksomheten til StatoilHydro utenlands foregår utenfor den såkalt vestlige verden, kan det settes spørsmålstegn ved at det ikke brukes flere ikke-vestlige kilder. En forklaring kan være at de som sitter ved StatoilHydros kontorer i Norge fremdeles oppfattes som de viktigste kildene. Dessuten krever det mer ressurser og kjennskap til saksområdet å søke frem gode kilder i utlandet. Den svært lave andelen ikke-vestlige kilder hos tabloidene er vanskelig å forstå, men det kan henge sammen med at *DN* og særlig *Aftenposten* i større grad dekker politiske aspekter ved petroleumsvirksomheten og dermed oftere siterer utenlandske politikere som Hugo Chávez. *DN* hadde også en rekke ikke-vestlige kilder i forbindelse med sin gravejournalistikk på Libya-saken.

Variabelen "kildens posisjon eller stilling" viser at de aller fleste som intervjues om StatoilHydros utenlandsengasjement, er ansatt i StatoilHydro. Sammen med oljeanalytikere og ansatte i andre oljeselskap utgjør denne gruppen rundt 65 prosent av kildene (se tabell 26 i vedlegg 4). *Dagbladet* skiller seg ut med stor andel fagbevegelse og miljøorganisasjoner/NGO-er som kilder. Dette kan skyldes tradisjon for fokus på arbeidssiden, slik *Dagbladets* kritiske dekning av arbeidsforhold på norsk sokkel har vist (se for eksempel Hansen, 2008). Det er kanskje overraskende at både *Nordlys* og *Dagbladet* har en større andel norske politikere som kilder enn *Aftenposten*, som innenfor den norske medieorden regnes som en mer politisk orientert avis. Dette skyldes at man i *Nordlys* i stor grad intervjuer lokalpolitikere og rikspolitikere om konsekvenser av Sjøtokman for nordområdene. Det er imidlertid få artikler det er snakk om, derfor skal vi være forsiktige med å trekke bastante konklusjoner. Generelt er det elitekilder eller kilder med mye autoritet som intervjues, noe annen forskning også viser (se for eksempel Allern, 1997; Ericson, Baranek og Chan, 1989).

Når det gjelder de skriftlige kildene eller organisasjonskildene som brukes, er det i stor grad internasjonale nyhetsbyråer og aviser det er snakk om. De to tabloide riksavisene referer sjelden til slike kilder dersom man sammenlikner med de øvrige avisene i utvalget. Det kan skyldes at disse avisene i større grad anlegger et innenriksperspektiv på sakene enn det for eksempel *Aftenposten* og *DN* gjør. Det er ellers ingen store forskjeller mellom avisene hva gjelder bruk av skriftlige kilder.

### Kompleksiteten i kildebruken og StatoilHydro som primærkilde

Her skal vi se på flere variabler som til sammen forteller noe om hvor kompleks kildebruken eller journalistikken hos de ulike avisene er. Den første variabelen er "antall kilder". Tabell 13 viser at *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* har den største andelen énkildesaker:

**Tabell 13 Antall kilder, fordelt på aviser, antall saker i parentes**

	Flere kilder	Én eller ikke oppgitt kilde	N <sup>28</sup>
<i>DN</i>	79 % (92)	21 % (24)	116
<i>Aftenposten</i>	65 % (41)	35 % (22)	63
<i>Dagbladet</i>	71 % (12)	29 % (5)	17
<i>Stavanger Aftenblad</i>	64 % (30)	36 % (17)	47
<i>Nordlys</i>	67 % (8)	33 % (4)	12
<i>VG</i>	70 % (7)	30 % (3)	10
<b>Total</b>	<b>72 % (190)</b>	<b>28 % (75)</b>	<b>265</b>

Hvis vi går nærmere inn på *Aftenpostens* kildebruk og fordeler tallene etter teksttype, viser det seg at 26 prosent av nyhetsartiklene (10 av 39 saker) og 50 prosent notiser (12 av 24 notiser) er énkildesaker hos *Aftenposten*. At man i notisstoff bare bruker én kilde, er relativt

normalt dersom en sammenlikner med andre liknende undersøkelser (for eksempel Allern, 1997). Men at 26 prosent av nyhetsartiklene til *Aftenposten* baserer seg på én kilde, er mer oppsiktsvekkende. *Stavanger Aftenblad* har en høy andel notisstoff, derfor slår det ut på den totale andelen énkildesaker, men også her er hele 20 prosent av nyhetsartiklene basert på kun én kilde. Det er vanskelig å peke på årsaker til *Aftenpostens* høyere andel énkildesaker. Det kan skyldes tilfeldigheter, særlig når man sammenlikner med *VG*, *Nordlys* og *Dagbladet*, som har såpass få saker i utvalget. Men kontrasten til *DN* er likevel stor. Hos *DN* er bare 13 prosent av nyhetsartiklene basert på én kilde (11 av 86 nyhetsartikler). Det er en markant forskjell, som trolig viser at *DN* rett og slett er flinkere til å bruke flere kilder enn *Aftenposten*.

Et annet mål for å se nærmere på kompleksiteten i kildebruken, henter jeg fra Sigurd Allern (1997) sine undersøkelser. Han deler inn i tre kategorier som sier noe om i hvilken grad journalistikken kan regnes som selvstendig. Variabelen kalles "kompleksitet i kildebruk", og i metoddelen beskrives hver kategori inngående (under kapittel 3.2.). Tabell 14 viser at *Dagbladet*, *VG* og *DN* har størst andel selvstendig journalistikk, mens *Stavanger Aftenblad* og *Nordlys* kommer dårligst ut. Totalt kan 14 prosent av den redaksjonelle dekningen av StatoilHydros utenlandsvirksomhet regnes som selvstendig journalistikk. I overkant av 50 prosent er referatjournalistikk med egen oppfølging, mens i overkant av 30 prosent er enkel referatjournalistikk.

**Tabell 14 Kompleksiteten i kildebruken, i prosent fordelt på hver avis, antall saker i parentes**

	Enkel referatjournalistikk (N)	Referatjournalistikk med egen oppfølging (N)	Selvstendig journalistikk med flere synlige kilder (N)	N <sup>29</sup>
<i>DN</i>	22 % (26)	60 % (69)	17 % (20)	116
<i>Aftenposten</i>	43 % (27)	46 % (29)	11 % (7)	63
<i>Dagbladet</i>	24 % (4)	53 % (9)	24 % (4)	17
<i>Stavanger Aftenblad</i>	49 % (23)	45 % (21)	4 % (2)	47
<i>Nordlys</i>	25 % (3)	67 % (8)	8 % (1)	12
<i>VG</i>	20 % (2)	40 % (4)	40 % (4)	10
<b>Total</b>	<b>32 % (85)</b>	<b>53 % (140)</b>	<b>14 % (38)</b>	<b>265</b>

Det kan høres lite ut med bare 14 prosent selvstendig journalistikk, men sammenliknet med en del av Allerns undersøkelser rundt Storebrand og Kulturdepartementet er dette en relativt høy andel "selvstendighet". Det er likevel vanskelig å sammenlikne studiene, fordi Allerns resultater varierer veldig fra tema til tema, og hans undersøkelser rundt Statens helsetilsyn viser for eksempel en andel selvstendig journalistikk på 30 prosent (Allern, 1997: 241). *Stavanger Aftenblad* og *Aftenposten* skiller seg ut med stor andel enkel referatjournalistikk, rundt dobbelt så mye som de andre avisene. Det trengs mer inngående analyser også av selve nyhetsproduksjonen for å svare på hvorfor det er slik. Men en mulig

årsak er høyt produksjonspress siden disse avisene har relativt omfattende dekning av StatoilHydros utenlandsengasjement. Siden *Dagbladet* og *VG* konsentrerer seg om store saker som Libya og Sjtokman, er det naturlig at de har mye selvstendig journalistikk. Det kan synes som om *Aftenposten* og delvis *Stavanger Aftenblad* sin bredde i dekningen går ut over kvaliteten: Selv om disse to avisene har klart bredere og større dekning av StatoilHydros utenlandsengasjement enn de to tabloidene, er en større andel av stoffet ”billig” eller ”enkel” journalistikk. At *Stavanger Aftenblad* og delvis *Nordlys* skiller seg ut med svært lite selvstendig, journalistisk arbeid, kan også tyde på lite ressurser i redaksjonen eller at stoffområdet er et lite prioritert for mer gravende, ressurskrevende journalistikk.

Helt til slutt skal vi se på bruken av StatoilHydro som primærkilde. Tabell 15 viser at *Aftenposten* har StatoilHydro som eneste eller dominerende kilde i nesten halvparten av sakene. Det viser seg altså at en god del av den énkildejournalistikken *Aftenposten* bedriver, utelukkende baserer seg på StatoilHydro som kilde. Dette kan være problematisk fordi man risikerer å videreformidle selskapets syn og argumenter uten å få inn alternative stemmer.

**Tabell 15 Bruk av kildeorganisasjonen StatoilHydro, fordelt på aviser, i prosent av total dekning**

	StatoilHydro eneste kilde	StatoilHydro dominerende kilde	StatoilHydro én av flere kilder	StatoilHydro ikke kilde	Vanskelig å definere, ingen kilder	N <sup>30</sup>
<i>DN</i>	15 %	16 %	47 %	21 %	3 %	116
<i>Aftenposten</i>	33 %	14 %	32 %	18 %	3 %	63
<i>Dagbladet</i>	12 %	6 %	35 %	35 %	12 %	17
<i>Stavanger Aftenblad</i>	21 %	23 %	30 %	15 %	11 %	47
<i>Nordlys</i>	-	-	8 %	75 %	17 %	12
<i>VG</i>	10 %	20 %	30 %	30 %	10 %	10
<b>Totalt (N)</b>	<b>19 % (51)</b>	<b>16 % (41)</b>	<b>37 % (98)</b>	<b>23 % (60)</b>	<b>6 % (15)</b>	<b>265</b>

Tabellen viser videre at *Stavanger Aftenblad* følger tett på *Aftenposten* i bruk av StatoilHydro som primærkilde. Hos *DN* brukes StatoilHydro som regel som én av flere kilder, noe deres lave andel énkildejournalistikk også tilsier. Tabloidene, særlig *Dagbladet*, baserer seg i liten grad på StatoilHydro som primærkilde, men her er tallgrunnlaget spinkelt på grunn av få saker. *Nordlys* bruker aldri StatoilHydro som eneste kilde, trolig på grunn av det lokale fokuset på næringsliv i nord i Sjtokman-dekning.

### 4.3. SAMMENHENGER OG OPPSUMMERING

Til slutt skal jeg kort se på sammenhenger mellom innholds- og kildeanalysen, før jeg oppsummerer kapitlet og trekker frem de viktigste funnene.

Finnes det en sammenheng mellom hvorvidt sakene problematiseres og hvem som brukes som kilde? Dersom StatoilHydro får dominere som kilde, er det da større sannsynlighet for at nyhetsoppslaget ikke problematiserer virksomheten? Ja. Tabell 16 viser

at det er relativt få saker der StatoilHydro er eneste eller dominerende kilde og saken samtidig problematiserer virksomheten (22 saker). Samtidig er det mange saker der StatoilHydro dominerer som kilde og virksomheten *ikke* problematiseres (70 saker). Det er totalt sett flere ikke-problematiserende enn problematiserende oppslag, og dette påvirker selvsagt statistikken. Men når vi ser på sakene der StatoilHydro bare er en av flere kilder, øker antallet problematiserende saker, mens antallet ikke-problematiserende saker synker.

**Tabell 16 Problematisering sett i sammenheng med kildevalg, oppgitt i antall saker**

	StatoilHydro eneste eller dominerende kilde (N)	StatoilHydro en av flere kilder (N)
Ikke-problematiserende	70	62
Problematiserende, etikk, miljø og samfunnsansvar	22	36

Det kan være flere grunner til denne tendensen, for eksempel at de ikke-problematiserende sakene i størst grad er enkle, refererende saker eller notiser. Men hvis vi skiller ut notisene og ser *kun* på nyhetsartikler, ser vi samme tendens: 33 saker der StatoilHydro dominerer som kilde er ikke-problematiserende, mens bare 19 saker med samme kildedominans er problematiserende. Tilsvarende øker antallet problematiserende nyhetsartikler når StatoilHydro bare er én av flere kilder. Dersom vi sammenlikner kildebruk med variabelen "vinkling" finner vi det samme forholdet: Når StatoilHydro dominerer som kilde, er de fleste sakene positivt vinklet. Når StatoilHydro bare er en av flere kilder i saken, er det flere saker som er negativt vinklet. Vi skal være forsiktige med å trekke for bastante konklusjoner ut fra denne observasjonen, blant annet fordi vi ikke har så stort tallgrunnlag. Men tendensen er altså at sannsynligheten for å få et problematiserende oppslag minker dersom StatoilHydro får dominere som kilde. Dette er kanskje ikke så oppsiktsvekkende siden vi kan gå ut ifra at StatoilHydro ikke ønsker å fokusere på negative, problematiserende aspekter ved virksomheten. Samtidig kan dette bety at det "lønner seg" for StatoilHydro å dominere dekningen så mye som mulig, og dette er en interessant observasjon i lys av hvilke kildestrategier som bør velges. I forrige kapittel så vi at StatoilHydro er eneste eller dominerende kilde i 35 prosent av den generelle nyhetsdekningen av StatoilHydros virksomhet i utlandet. Særlig hos *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* slipper StatoilHydro ofte til som kilde uten å settes opp mot andre, konkurrerende kilder. Dette er særlig uheldig dersom det er slik at dette fører til mindre problematiserende dekning.

Hovedtrekkene i innholdsanalysen er at *DN*, *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* følger StatoilHydros utenlandsvirksomhet tettest, mens tabloidene er mindre interesserte. *Nordlys* skriver helst om saken hvis den berører lokalt næringsliv. Sjtokman-saken fikk mest dekning i 2007, og det skyldes trolig prosjektets omfang, den lange historien, geografisk nærhet og at denne saken (potensielt) berører større deler av norsk næringsliv. Denne

saken var også mest omtalt på lederplass. Når det gjelder etikk, miljø og samfunnsansvar problematiseres rundt 30 prosent av sakene. Dersom vi inkluderer problematisering av lønnsomhet og økonomiske aspekter, kan 43 prosent av stoffet regnes som problematiserende. *Nordlys* har den minst problematiserende dekningen. Også *DN* og *Aftenposten* har mindre problematiserende dekning enn snittet, og dette skyldes i stor grad deres brede dekningen som også inkluderer lønnsomme investeringer. Særlig menings- og kommentarstoff bidrar til problematiserende dekning. *Nordlys* og *Aftenposten* vinkler oftest saken positivt for StatoilHydro, mens *VG* og *Dagbladet* er mest negative.

Kildeanalysen viste en svært stor overvekt av mannlige kilder. De fleste kildene er norske, men *DN* og *Aftenposten* bruker flere ikke-vestlige kilder enn de andre avisene. 30 prosent av den totale dekningen er énkildejournalistikk. Her skiller *DN* seg positivt ut med bare 20 prosent énkildesaker, mens *Stavanger Aftenblad* og *Aftenposten* i størst grad baserer seg på kun én kilde. Hos disse avisene er StatoilHydro også oftest dominerende kilde. Rundt 14 prosent av sakene kan regnes som selvstendig journalistikk, over 30 prosent er enkel referatjournalistikk, mens resten er referatjournalistikk med egen oppfølging.

Nå har jeg gitt et kvantitativt blikk på dekningen av StatoilHydros engasjement i utlandet. I neste kapittel går jeg mer kvalitativt til verks med intervjuer, blant annet med fire viktige oljejournalister som står bak en svært stor andel av stoffet jeg har analysert i dette kapitlet.

## **5. KVALITATIVE INTERVJU: INTERNASJONALISERING PÅVIRKER JOURNALISTIKKEN**

Kvalitative intervjuer med nøkkelpersoner fra pressen og oljebransjen brukes i dette kapitlet som utgangspunkt for en drøfting av den andre problemstillingen: Hva kjennetegner den fysiske, sosiale og kulturelle arenaen som journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement produseres innenfor? Jeg ser konkret på hvordan internasjonaliseringen av virksomheten påvirker forhandlingen mellom kilde og journalist og gir nye betingelser for journalistikken. Dette påvirker igjen maktforholdet mellom kilde og journalist.

Først presenteres de fem hovedinformantene og de to andre informantene som er brukt (kapittel 5.1.). Videre drøfter jeg problemstillingen på tre arenaer der vi kan studere forhandling om kontroll: den fysiske, den sosiale og den kulturelle arenaen (kapittel 5.2., 5.3. og 5.4.) I teorikapitel 2.1. står det nærmere forklart hva hver arena representerer i forhandlingsforholdet mellom journalist og kilde. Jeg tar først og fremst utgangspunkt i journalistens perspektiv, blant annet fordi jeg har flest informanter fra pressen, men jeg trekker også inn hvordan industrien beskriver forholdet. Til slutt følger oppsummering og konkluderende bemerkninger (kapittel 5.5.)

### **5.1. OM INFORMANTENE**

Dette kapitlet bygger på intervju med syv informanter. Fire oljereportere fra *DN*, *Aftenposten*, *Nordlys* og *Stavanger Aftenblad*, StatoilHydros informasjonssjef for internasjonal undersøkelse og produksjon, administrerende direktør i Intsok og redaktør i Norwatch. De fire journalistene samt informasjonssjefen er hovedinformantene. De to fra Intsok og Norwatch er tatt med for å få et blikk fra siden som kan gi alternative måter å beskrive pressedekningen, nyhetsproduksjonen og kilde/journalist-forholdet på. I tabell 17 på neste side finnes en oversikt over informantenes stilling og bakgrunn.

De to informantene fra Intsok og Norwatch representerer organisasjoner som ikke er så kjente, og derfor presenteres de kort her. Intsok ble etablert i 1997 av oljeindustrien og Regjeringen. Stiftelsen skal legge til rette for at den norske petroleumsindustrien skal kunne ekspandere i utenlandske markeder (Intsok, 2008). I 2008 bidro den norske stat med 17

millioner kroner til deres arbeid (Statsbudsjettet, 2008: kapittel 1832). 170 norske selskaper fra petroleumsbransjen er medlemmer, og StatoilHydro er den største og viktigste partneren. Norwatch har eksistert siden 1995 og driver en nettside som utgis av Framtiden i våre hender. To ansatte, en redaktør og en journalist, driver gravende journalistikk rundt norske bedrifters engasjement i Sør. Deres hovedfokus er hvorvidt bedriftene opptrer i samsvar med menneskerettighetskrav og krav til HMS, og de ser blant annet på StatoilHydros virksomhet i utlandet. Nettsiden har rundt 20.000 brukere hver måned, og redaksjonen følger Redaktør- og Vær Varsom-plakaten (Norwatch, 2008).

**Tabell 17 Oversikt over informantenes stilling og bakgrunn**

Navn	Stilling	Informantens bakgrunn	Om intervjuet
<b>Jostein Løvås</b>	Journalist i DN, fast oljereporter	Ansatt i DN i 4, 5 år, de siste 1, 5 årene på lokalkontor i Stavanger sammen med én annen journalist. Før det var han i Finansavisen, og han har tidligere jobbet i studenttidsskrift. Utdannelse: Journalisthøgskolen og sosialøkonomi.	På telefon fra Stavanger, 4. sept., 50 min.
<b>Ulf Rosenberg</b>	Journalist i <i>Stavanger Aftenblad</i> , fast oljereporter	Fast ansatt i <i>Stavanger Aftenblad</i> siden 1985. Fast oljereporter siden 2000, før det skrev han næringslivsstoff og hadde mye med oljerelaterte spørsmål å gjøre. Utdanningsbakgrunn: Musikkonservatoriet i Stavanger.	På telefon fra Stavanger, 23. sept., 40 min.
<b>Yngve Hellestøl</b>	Journalist i <i>Aftenposten</i> , tidligere fast oljereporter	Begynte i <i>Aftenposten</i> i 1988, og jobbet med olje og internasjonal økonomi på slutten av 90-tallet. Fra sommeren 2005 til påsken 2008 var han fast oljereporter. I dag er han i "jobb"-seksjonen. Han tidligere jobbet i Økonomisk rapport. Utdannet siviløkonom.	I <i>Aftenpostens</i> lokaler i Oslo, 16. sept., 50 min.
<b>Geir Seljeseth</b>	Journalist i <i>Nordlys</i> , skriver nå fra Moskva	Har vært 11 år i <i>Nordlys</i> , tidligere tilknyttet Bladet Tromsø og jobbet frilans. Før det var han lærer på videregående skole. Bor i Moskva, skriver for E24 og <i>Nordlys</i> . Blir værende til ca. 2010.	På telefon fra Moskva, 4. sept., 45 min.
<b>Kjersti Tvedt Morstøl</b>	Informasjons-sjef, internasj. undersøkelse og produksjon, StatoilHydro	Ansatt i konsernkommunikasjon i StatoilHydro i fem år. Før det var hun journalist i dn.no, <i>Aftenposten</i> og <i>Dagbladet</i> . Utdannet journalist fra Høgskolen i Oslo.	På StatoilHydros hovedkvarter, Vækerø i Oslo, 5. sept., 40 min.
<b>Gulbrand Wangen</b>	Adm. direktør i Intsok og medlem av Toppledereforum	I Intsok siden 1997. Tidligere i Det Norske Veritas, Miljøverndepartementet, Norad og NTNU. I Intsok er han hovedkontakt mot StatoilHydro med ansvar for å utvikle programmer for seminarer etc., som kan bidra til at StatoilHydro profileres internasjonalt. Utdannelse: ingeniør.	I Intsoks lokaler på Skøyen i Oslo, 22. sept., 35 min.
<b>Pia Gaarder</b>	Redaktør for nettstedet norwatch.no	Har vært i Norwatch siden 2002, redaktør siden 2005. Tidligere frilanskorrespondent i Italia, først for DN, så blant annet Dagsavisen og NTB. Utdannelse: Magister i filosofi.	I Norwatch' lokaler i Oslo, 15. sept., 30 min.

Utskrift fra alle intervjuene ligger i vedlegg 2. Videre følger analysen av hva som kjennetegner den fysiske, sosiale og kulturelle arenaen som produksjonen av journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement kan studeres innenfor. Først ser vi på den fysiske arena.

## 5.2. DEN FYSISKE ARENA

Møteplassen mellom kilde og journalist på den fysiske arena handler blant annet om når og hvor kilder er tilgjengelige, hvem som gjøres tilgjengelig, informasjonshindre og -subsidiar, hvorvidt informasjonen er åpen eller konfidensiell, journalistsens mulighet til å opparbeide



seg kunnskap etc.. På den fysiske arena der nyheter om StatoilHydros utenlandsengasjement produseres, drøftes fire forhold: a) kilders tilgjengelighet, b) andre lands samfunnsstrukturer, c) journalisters egen kunnskap og d) internettets bidrag.

### **Kilders tilgjengelighet**

Mangelen på et klart nyhetsbeite blir presumptivt enda mer merkbart med internasjonalisering fordi kildene sitter lengre unna og mer spredt. Selv om de fleste sentrale personer i StatoilHydro fremdeles sitter i Stavanger eller Oslo, blir det stadig flere kontorer i utlandet, det siste etableres nå i Turkmenistan (Sætre, 2008). Andre viktige kilder, som fagforeningsledere, lokalpolitikere og arbeidere "på gulvet", er plassert der virksomheten er, altså i nærmere 40 land der StatoilHydro er involvert på ett eller annet stadium. Journalist Yngve Hellestøl i *Aftenposten* sier det slik:

Det blir vanskeligere å følge tett og systematisk hvordan selskapet opererer i det aktuelle landet. Det er simpelthen lengre unna. Man har ikke samme grad av nærkontakt med alle typer kilder, enten det gjelder folk i selskapet, politikere, departementsansatte, miljøvernere eller andre. (Yngve Hellestøl, intervju 16. september)

Selv om man kan nå kilder i hele verden, for eksempel på telefon og over internett, blir fysisk avstand et informasjonshinder fordi man mangler nærkontakt, slik man ofte har med kilder tilknyttet produksjon på norsk sokkel. Ulf Rosenberg i *Stavanger Aftenblad* mener man lettere kan bli avhengig av StatoilHydro som kilde fordi det er vanskeligere å få alternative stemmer når du dekker virksomheten hjemmefra, nettopp fordi kildetilfanget er mindre (Ulf Rosenberg, intervju 23. september).

Det er imidlertid ikke alltid enkelt å få tak i de rette kildene som finnes i nærheten heller. StatoilHydro har nesten 30.000 ansatte, og i avdelingen for konsernkommunikasjon er det for tiden ca. 70 årsverk. Selskapet ønsker imidlertid at all kommunikasjon utad skal gå via selskapets fem pressekontakter (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september). I tillegg får landsjefene ved utenlandskontorene også snakke direkte med pressen. Det er en strategi de fleste store konsern benytter seg av (se for eksempel Grafström og Pallas, 2007), og det betyr at fag- og lederkilder skjermes for direkte kontakt med mediene<sup>31</sup>. Journalist Jostein Løvås i *DN* har svært hyppig kontakt med informasjonsavdelingen til StatoilHydro, og forteller om reprimande og kjeft dersom han tar direkte kontakt med kilder:

De er proffe, og det er et stort apparat. De vil sluse alt gjennom informasjonsavdelingen, og de gir reprimande eller kjeft, dersom du prøver å gå utenom eller tar kontakt med folk direkte nedover i systemet. De bedyrer på den ene siden at de er der for å hjelpe journalister, men det er ingen som helt tror på at det er sånn, de er jo en disiplinerende faktor. Jeg har inntrykk av at de har mye skoling internt på at folk ikke skal være løsmunnet overfor journalister, de er veldig drillt på at de skal referere til infoavdelingen. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Informasjonssjef Tvedt Morsøl har ukentlig kontakt med mange av oljejournalistene. Dette er hennes begrunnelse for hvorfor alle henvendelser skal gå gjennom henne:

Det handler om at våre folk skal kunne konsentrere seg om det som er deres jobb, det er ikke å snakke med media, det er å jobbe med våre forretningsmessige prosjekter. Min jobb er å håndtere med media, så da tar jeg kontakt videre nedover i organisasjonen for journalistene. Journalistene skal få et korrekt og raskt svar. Selvsagt må vi ha oversikt over hvem som tar kontakt med våre folk [...]. (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september)

Dette "spillet" er en del av forhandlingen om kontroll. Mens journalister trenger raske svar og ønsker direkte kontakt med kildene, vil informasjonsavdelingen kontrollere mest mulig av kommunikasjonen. Slik virker informasjonsmedarbeiderne som portvakter (gatekeepers) (se for eksempel Grafström og Pallas, 2007: 222). Men StatoilHydro er selvsagt ikke hermetisk lukket, det er mulig å få kontakt med kilder innenfor uten å gå gjennom informasjonsavdelingen. Alle de fire journalistinformantene har kilder de kan gå direkte til innenfor selskapet, men de vil ikke utdype hvor kildene sitter. Hellestøl og Rosenberg forteller at de også får tips om negative nyheter fra folk som jobber i StatoilHydro. Hellestøls interne kilder er stort sett er folk han har fått kontakt med på seminarer, konferanser eller andre treffpunkt (Yngve Hellestøl, intervju 16. september). Løvås forholder seg mye direkte til informasjonsavdelingen ...

[...], men det er tusenvis av folk som jobber der, så jeg snakker selvsagt med andre innimellom, men jeg vil ikke være veldig presis på det. Det StatoilHydro i utgangspunktet er interessert i å pushe frem, er saker som har en positiv vinkling for dem. Og i regelen er jo vi lite interessert i de sakene. Så det er veldig lite som kommer av tips fra informasjonsavdelingen. [...] (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Tilgangen til kilder og graden av åpenhet rundt StatoilHydros internasjonale engasjement varierer altså avhengig av sak, og de fleste informantene er enige om at det, ikke uventet, er mer åpenhet når saken er positiv for StatoilHydro.

Et annet moment som påvirker tilgangen til kilder, er børsnoteringen av Statoil i 2001. Slaatta (2001) påpeker generelt i markedet en dobbelt bevegelse: mindre åpenhet på grunn av mindre politisk kontroll, men mer åpenhet på grunn av opplysningsplikt etc. på børs. Dette gjelder også StatoilHydro: Den norske staten har fått flere begrensninger enn før på hvor aktivt de kan styre selskapet, samtidig som selskapet har fått informasjonsplikt for eksempel overfor amerikanske børsmyndigheter. Korrupsjonssaken fra Iran (Horton-saken) er et godt eksempel, og StatoilHydro har nylig signalisert at de trekker seg ut av Iran når de er ferdige med pågående prosjekter. Den amerikanske "barnevakten" som passer på StatoilHydro etter Iran-saken, kan også bidra til og fremtvinge større åpenhet, for eksempel rundt granskningen av Libya-saken<sup>32</sup>. Jostein Løvås er blant de som mener børsnoteringen har gitt han ekstra tilgang til gode saker: "[S]elskapet [er] nødt til å sende ut børsmeldinger i saker som er børsensitive, også om saker som er ubehagelige for selskapet. I disse meldingene ligger det mye godt stoff." (Jostein Løvås, intervju 4. september). Slik

kommunikasjon foregår som regel via pressemeldinger som legges ut på StatoilHydros hjemmeside, og i løpet av ett år blir det sendt ut rundt 400 pressemeldinger om alt fra meldepliktig handel og funn, til ulykker og sponsoraktiviteter<sup>33</sup>.

Det er også sider ved børsnoteringsen som bidrar til mindre åpenhet. Mindre politisk kontroll betyr ofte færre muligheter for å be om innsyn i prosesser som berører næringslivet (Slaatta, 2001: 142). Dessuten mener noen informanter at StatoilHydro bruker børssensitivitet som et "skalkeskjul" eller argument for hemmelighold:

StatoilHydro og andre gjemmer seg for eksempel bak argumentet om forretningshemmeligheter. De har en kultur for at ting ikke skal offentliggjøres. Argumentet om at noe er børssensitivt har nok i noen tilfeller en realitet bak seg, men jeg tror man bruker det fordi man ikke liker å ha journalister som kikker i kortene (Pia Gaarder, intervju 15. september)

Også Hellestøl mener StatoilHydro var litt forsiktigere enn de måtte være med børssensitivt stoff rett etter børsnoteringsen. Han vet ikke om det skyldes ønske om hemmelighold eller usikkerhet rundt regler. Rosenberg mener Statoil er blitt mer "strømlinjeformet" etter børsnoteringsen, men påpeker at det gjelder alle selskaper som børsnoteres.

Også det globale initiativet "Publish what you pay" kan påvirke tilgjengeligheten av informasjon om StatoilHydros utenlandsengasjement fordi selskapet har sagt ja til å delta. Ordningen skal gjøre det enklere å følge pengene tilbake til investeringene og innebærer blant annet en del endringer i årsrapporter/regnskap. Resultatet skal være økt åpenhet rundt pengestrømmene mellom StatoilHydro og vertslandene, særlig i de tilfellene der det har hersket tvil rundt utbetalinger til udemokratiske regimer.

Ett siste moment som påvirker i hvilken grad kilder er tilgjengelige, er hvor mye ressurser redaksjonen har. Seljeseth mener internasjonaliseringen av StatoilHydros og andre norske selskapers virksomhet gjør pengespørsmålet mer påtrengende:

[M]ed en gang det blir internasjonalt, blir det dyrt. Og i en situasjon der norske medier sparer på alle bauger og kanter, det er nedgang i opplaget i papiravisene, og vi er i en ekstrem omstillingsfase som vi har vært de siste fire-fem årene, så vil det også slå ut på de mulighetene man har. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

Krav til avkastning, nedgang i opplagstall og nedskjæringer kan altså gjøre det vanskeligere å komme seg ut i verden. Tre av informantene, som representerer privilegerte redaksjoner, har de siste årene vært på flere utenlandsreiser til land i Sør der StatoilHydro har virksomhet. *Nordlys'* Geir Seljeseth har ikke reist, men skriver nå fra Moskva. Alle opplyser at de aldri benytter seg av sponsede turer, men betaler selv, også når turen er arrangert. Begrensede reisebudsjetter er noe også StatoilHydros Tvedt Morstøl påpeker. Hun mener det er mange historier som kunne blitt fortalt om selskapets utenlandsvirksomhet dersom journalistene hadde reist mer, og påpeker at "når de betaler reisene sine selv, så ser vi utfordringer i hvor de kan reise" (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september).

Utenlandsturene er ofte organiserte, enten av norske politikere eller av StatoilHydro selv<sup>34</sup>. StatoilHydro betaler ikke utenlandsreiser for norske eller vestlige journalister fordi det, ifølge selskapet, ikke er ønsket fra redaksjonenes side. De betaler imidlertid noen reiser for ikke-vestlige journalister<sup>35</sup>. Løvås har vært med på flere ministerturer der de besøker StatoilHydro for eksempel i Algerie, Nigeria og Angola:

Man får i alle fall en større følelse med hva som skjer, man treffer folk der ute, og det er selvsagt en anledning til å skrive om utenlandsengasjementene fordi du har vært på stedet og får bilder av ministre eller kjente personer. Det er en knagg til å skrive om businessen. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Løvås synes det er nyttig å være med på slike turer for å se ting "med egne øyne". Rosenberg har i løpet av de siste årene vært i Algerie, Libya, Angola og Nigeria:

Når vi dekker StatoilHydro, så må vi også følge selskapet ut i verden, se hva de gjør og hvordan de gjør det. Og så må vi høre hva andre mener om hvordan Statoil oppfører seg i utlandet, enten det gjelder NGO-er eller myndighetspersoner. Jeg knytter kontakter når jeg er ute på slike turer, opparbeider meg nettverk for å få lettere tilgang på informasjon og forståelse av vanskelige problemstillinger. (Rosenberg, intervju 23. september)

Utenlandsturer brukes altså til å få førstehånds kunnskap om et sted og knytte kontakter til senere bruk. Dessuten får en "nyhetsknagg" å henge en sak om utenlandsvirksomheten på, særlig når kjente, norske politikere følger med. Men det er også problematiske sider ved organiserte turer. Journalist Hellestøl påpeker at man blir "litt bundet av opplegget":

I utgangspunktet foretrekker jeg å dra på turer som vi selv tar initiativ til og planlegger. Da står man mye friere og har mer tid til å dekke det man selv synes er viktigst. Det er klart at dersom man drar på en arrangert tur fra selskapets side, så er man litt bundet av opplegget. Det kan kompenseres ved å dra dit i forkant eller bli igjen i etterkant [...] (Yngve Hellestøl, intervju 16. september)

Løvås påpeker at det sjelden er "de store historiene" som kommer ut av slike turer, mens Rosenberg mener det er et generelt problem at det ikke legges til rette for turer dit hvor det er mest interessant å reise, som South Pars i Iran. Han påpeker også ressursproblemet:

Det er en generell utfordring at når StatoilHydro er så store som de er, så blir ressursene våre til å fotfølge dem begrenset. Statoil har heller ikke akkurat lagt til rette for eksempel for at norske journalister skal få se South Pars i Iran, hvor StatoilHydro hadde en viktig rolle i utbyggingen. Der sitter StatoilHydro nærmere førerretet enn andre steder, men de inviterer ikke akkurat journalister inn. (Ulf Rosenberg, intervju 23. september)

Organiserte utenlandsturer må ses på som en del av informasjonssubsidiene som selskap og politikere tilbyr pressen, selv om redaksjonene betaler turene selv. Som Rosenberg påpeker så kan StatoilHydro, ved å invitere pressen til steder der de ønsker oppmerksomhet (Angola, Brasil etc.), være med på å bestemme hvilke områder som får mindre oppmerksomhet (Aserbajdsjan, Iran, Kina). En smilende norsk politiker hjelper dessuten StatoilHydro med å heve nyhetsverdien på et mulig oppslag, slik Løvås påpeker.

### **Andre lands samfunnsstrukturer**

Det er også andre utfordringer på den fysiske arena for journalister som skriver om StatoilHydros utenlandsengasjement, og det gjelder særlig samfunnsstruktur i vertslandene.

De fleste informanter påpeker at mange av landene preges av mindre innsyn, manglende offentlighetslov, manglende kontrollorganer og dårligere regelverk for HMS etc.. Dette vanskeliggjør journalistjobben og gir StatoilHydro mer kontroll. Mens man i Norge kan be om innsyn fra for eksempel Petroleumstilsynet og Oljedirektoratet, er mulighetene i mange av de landene der StatoilHydro opererer, langt mindre:

I Norge har du et ekstremt press for at alle kort skal på bordet for eksempel dersom det skjer en ulykke ved et anlegg. Ofte er det slik at jo lengre unna Norge du kommer, desto dårligere fungerer kontrollmyndighetene som skal granske det som skjer i oljebransjen. I Norge vil myndigheter som Petroleumstilsynet og andre koples inn, det vil bli granskninger og utredninger. For eksempel i Angola mangler den typen myndighetsstruktur. Da vil du som journalist ikke ha rapporter å vise til. Dette er felles for mange land i Sør. Derfor kommer man inn i en gråsoner, inn i et mørke, hvor informasjonen rett og slett ikke kommer ut. Det vil kanskje være noen interne rapporter, men de gis ikke nødvendigvis videre til pressen. I utlandet er det også ofte slik at StatoilHydro eller andre norske selskaper eier anlegg sammen med andre. Det er også noe som gjør at det er vanskeligere å få ut informasjon. (Pia Gaarder, intervju 15. september)

Ulf Rosenberg mener denne manglende muligheten til innsyn vanskeliggjør arbeidet med å finne alternative stemmer når man dekker utenlandsengasjementet. Geir Seljeseth understreker at man også i Norge får lite innsyn hos StatoilHydro, men at man kan gå "omveien" via offentlige myndigheter: "Det er ikke like enkelt her i Russland, og sånn vil det være i Indonesia og Saudi-Arabia også, du har ikke den samme kulturen, du kan ikke slå en lov i bordet og si 'Jeg skal se de papirene'." (Seljeseth, intervju 4. september).

Land med annerledes og ukjent samfunnsstruktur byr også på praktiske problemer som tilgang til visum. Jostein Løvås sine opplevelser rundt Libya-saken, som han dekket fra blant annet Pretoria i Sør-Afrika, er et godt eksempel:

Et konkret eksempel er jo at man ikke får pressevisum til landet dersom man ikke er ønsket der av myndighetene. Det fikk ikke vi. Det er ganske risky å dra inn der på turistvisum og begynne å drive journalistikk. Så man kommer ikke til på stedet. [...] Det var også problemer som for eksempel at det i Tripoli ikke finnes noen adresser eller gatenavn, det er bare ment som et eksempel på hvor vanskelig det er å kartlegge ting og bevegelser i et sånt land. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Videre skal vi se at det blir vanskeligere for journalister å holde seg oppdatert på StatoilHydros virksomhet i utlandet fordi selskapet etablerer seg i stadig nye land.

### **Journalisters egen kunnskap**

StatoilHydros virksomhet i utlandet er etter hvert blitt omfattende. Fra statlige Statoils samarbeid med BP på 1990-tallet er det langt frem til dagens situasjon der det sammenslåtte og børsnoterte selskapet er til stede i rundt 40 land. "Det skal litt til for en enkelt journalist å ha gode myndighetskontakter i så mange land" (Jostein Løvås, intervju 4. september). Rosenberg mener StatoilHydros ekspansjon fører til mindre kontinuitet i dekningen (Rosenberg, intervju 23. september). Hans avis, *Stavanger Aftenblad*, har utvidet energiredaksjonen, blant annet på grunn av utenlandssatsningen. Men Rosenberg mener de likevel verken har "ressurser, plass eller mulighet" til å følge den internasjonale

virksomheten like tett som den norske "blant annet fordi det dreier seg om så mange områder og land" (intervju 23. september). Hellestøl mener dekningen blir litt tilfeldig:

Det blir en mer overordnet og ikke så systematisk dekning når det gjelder utenlandsengasjementet. Det blir litt tilfeldig hva som dekkes fordi du ikke har kapasitet til å følge det så løpende og så detaljert fra dag til dag som du normalt gjør på hjemlige saker. På den annen side kan man jo spørre om det er grunnlag for å følge alle engasjementer i utlandet like tett som her hjemme. (Yngve Hellestøl, intervju 16. september)

Vi ser altså en journalistisk utfordring i det å holde seg oppdatert når virksomheten spres. De fire journalistinformantene er spesialiserte reportere med lang fartstid og i privilegerte redaksjoner. Det er trolig enda vanskeligere å holde seg oppdatert for generalist- og nettjournalister i redaksjoner med større produksjonspress og mindre ressurser. Tvedt Morstøl snakker med svært mange journalister om StatoilHydros utenlandsvirksomhet hver uke. Hun mener journalister som har olje som sitt hovedområde, sitter på god kunnskap, men "så finnes det også veldig mange nettjournalister som er generalister, og der er det nok litt mer spredt med kunnskaper" (Tvedt Morstøl, intervju 5. september). Manglende kunnskap setter journalisten i en svak posisjon i møte med StatoilHydro, særlig i komplekse og følsomme saker, og kilden får mer makt i dragkamp om kontrollen (jfr. Allern, 1997).

### **Internettets bidrag**

Som jeg har vært inne på, var begrepet "den fysiske arena" mer relevant før internettets tid, da Ericson, Baranek og Chan foreslo begrepet. Flere av informantene bruker automatiske søkeord på Google og andre søkemotorer for å følge med på hva andre, internasjonale aviser, og for eksempel bloggere, skriver om StatoilHydro. "Kildene kommer lengre unna, men i den moderne verden er det meste mulig" (Seljeseth, intervju 4. september). Han bruker Facebook, e-post eller nyhetsgrupper for å holde kontakt med internasjonale kolleger slik at han kan spørre dem dersom det skulle dukke opp et problem. Jostein Løvås bruker internasjonale nettmedier som Bloomberg, Reuters og Financial Times, og mener han finner flere historier om StatoilHydros utenlandsengasjement der enn ved å lese andre norske medier. Tvedt Morsøl mener også at de internasjonale nyhetsbyråene følger StatoilHydros utenlandsvirksomhet tettere enn norske medier.

På internettssidene til StatoilHydro ligger det tilgjengelig bilder, grafikk, multimediestoff etc. som fritt kan benyttes. Det finnes ingen undersøkelser som viser i hvor stor grad mediene benytter seg av disse subsidiene, men informasjonsavdelingens erfaring er at utenlandske redaksjoner bruker de oftere enn norske (Tvedt Morstøl, intervju 5. september). Det at man kan få tak i for eksempel bilder fra StatoilHydros – ofte vanskelig tilgjengelige – installasjoner i utlandet, kan være positivt for dekningen fordi det krever mye

ressurser å sende fotograf, bruke egne grafikere etc.. Men dette tilbudet kan også være med på å gjøre pressen mer avhengig av StatoilHydro som kildeorganisasjon og informasjonsovertaket er i kildens favør. Dessuten legges naturligvis materialet ut på StatoilHydros egne premisser, bildene og videosnuttene som ligger ute fra Aserbajdsjan tegner for eksempel et ganske annet bilde enn Erling Borgens kritiske dokumentar.

Internett kan altså være kilde til kontaktnett og til saker fra utenlandske medier, for eksempel gjennom søk på internasjonale nettsider, blogger etc.. Men språk kan være et problem, og da Løvås dekket Libya-saken, kom han kort med vanlige journalistiske metoder: "[A]lt [er] på arabisk der, også all informasjon på nettet. Så det var umulig for oss å drive noe særlig søk på internett." (Jostein Løvås, intervju 4. september). Språklige problemer er noe vi også kommer inn på i den følgende gjennomgangen av den sosiale arena.

### **5.3. DEN SOSIAL ARENA**

Det forhandles om kontroll også på den sosiale arena. Her drøftes tre områder som påvirker betingelsene for journalistikken: a) Konvergens mellom kilde- og nyhetsorganisasjoner, b) konferanser og nettverksbygning, og c) språklige og kulturelle utfordringer.

#### **Konvergens mellom kilde- og nyhetsorganisasjoner**

Innenfor oljebransjen, som i mange andre bransjer, er det slik at tidligere journalister beveger seg fra pressen til informasjonsbransjen. PR-enheter i store firma, som StatoilHydro, har ofte ansatte med betydelig journalistisk erfaring. Det betyr at de kan artikulere seg slik pressen "ønsker", at de har bånd til journalister og nyhetsorganisasjoner og at de kan bedømme mer presist hvem som kan "stoles på", eller hvem som er lojal, når verdifull informasjon skal formidles (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 281). Dette påvirker forholdet mellom kilden og journalisten og dermed forhandlingen om kontroll. Det påvirker også forholdet mellom media generelt og kildeorganisasjonen StatoilHydro fordi informasjonsmedarbeideren kan velge seg ut hvilke journalister og medier han mener vil interessere seg for en bestemt sak. Jeg finner mange eksempler på slik konvergens blant mine informanter. Ulf Rosenberg i *Stavanger Aftenblad* har for eksempel vært mangeårig journalistkollega med StatoilHydros nåværende øverste informasjonssjef:

For å ta Ola Morten Aanestad – vi har jo vært i Aftenbladet begge to "siden vi var små". Vi har vokst opp i Aftenbladet siden vi var 20-21 år gamle. Det synes jeg Ola Morten håndterer på en korrekt, skikkelig og ordentlig måte. [...] Men det er klart det, som i alle sammenhenger, så er det jo ingen ulempe at du kjenner folk og vet hvordan de er, hvordan de reagerer og slike ting. (Ulf Rosenberg, intervju 23. september).

Rosenberg mener altså det "ikke er noen ulempe" å vite hvordan informasjonsdirektøren er og reagerer. Geir Seljeseth i *Nordlys* har også ekskolleger som nå jobber for StatoilHydro, og han beskriver forholdet som mer problematisk:

Det er vanskelig på de fleste journalistiske områder [å få ulike stemmer i dekningen], men kanskje enda mer her hvor vi har store sterke organisasjoner med gamle kolleger som jobber for fete penger i deres midte. De vet jo hvordan vi tenker. [...] En tidligere kollega av meg i A-pressen jobber nå for StatoilHydro, og jeg kan ikke diskutere de samme tingene med ham i dag som jeg gjorde tidligere. Det blir med en gang en liten dans, for å bruke et bilde: Det er veldig forskjellig når du danser med kona til broren din, som du stoler på, enn når du danser med den fraskilte kona, som er på jakt (Geir Seljeseth, intervju 4. september).

Seljeseth mener altså at ekskolleger har en fordel i å vite hvordan han som journalist tenker, og bruker et bilde som antyder at man ikke kan stole like mye på en "fraskilt kone", altså en ekskollega. Mens Rosenberg mener hans kjennskap til Aanestad gir han fordeler, mener Seljeseth at han må være mer på vakt når han snakker med sin ekskollega i StatoilHydro. Også *Aftenposten*-journalist Hellestøl opplyser at han har kolleger som har gått over til StatoilHydro, men han opplever ikke dette som "problematiske". Informasjonssjef Tvedt Morstøl har jobbet i både *dn.no*, *Aftenposten* og *Dagbladet* før hun gikk til informasjonsstillingen i StatoilHydro. Hun er utdannet ved journalisthøgskolen i Oslo, der hun gikk i klasse med blant annet tre nåværende *DN*-journalister og -redaktører og flere andre profilerte journalister. Alle disse eksemplene viser hvor tett sammenfiltret folk i informasjonsbransjen og pressen kan være, særlig i et lite land som Norge.

Det er ikke bare ekskolleger som representerer utfordringer, ulemper eller fordeler på den sosiale arena. Særlig på mindre steder, som i Stavanger, men også i større byer i utlandet med små norske miljø, kommer man tett på kildene. Når jeg spør journalistinformantene om de omgås StatoilHydro-ansatte på fritiden, svarer for eksempel Seljeseth: "Når har man fritid? Ja, det skjer, vi er en ganske liten norsk koloni i Moskva.". Rosenberg er mer konkret, og han mener denne kildenærheten kan gi han gode nyhetstips:

Med en så stor virksomhet som Statoil i en by som Stavanger så vil du alltid ha folk som jobber i StatoilHydro som er naboer, som du møter på musikkøvinger, som du treffer i velforeningen eller på foreldremøter. [...] Det blir stoff av tipsene du får på en skoleavslutning, og det blir stoff av pressemeldinger som offentliggjøres på Statoils hjemmesider. Begge deler er en del av det alminnelige tilfanget av stoff. Det er en del av den fordelene det gir å leve i nærheten av de som jobber i selskapet. [...] Jeg var i 45-årslag på lørdag, og det er klart at det var flere der som jobber i Statoil, og som jeg treffer i andre sammenhenger også [...] (Ulf Rosenberg, intervju 23. september)

Rosenberg opplyser at han ikke har "nære personlige relasjoner" til noen av de som er sentrale i StatoilHydro på informasjonssiden. Også *DN*s Jostein Løvås har kontor i Stavanger, og han møter kilder for eksempel på byen: "Disse møtene kan være viktige for meg som journalist, men det er ikke sånn gammel journalistmyteopplegg at man sitter på pub og haler ut historier fra folk" (Jostein Løvås, intervju 4. september). Ifølge Løvås vil *DN* bruke sine stringere i Brasil og Russland oftere for å dekke StatoilHydro i tiden som kommer. Også for



eksempel *Aftenposten* har en fast stringer i Brasil. Dersom Seljeseths beskrivelse av små norske miljøer i storbyer som Moskva er reelle også andre steder, kan vi anta at stringere som skriver om StatoilHydros utenlandsengasjement sitter relativt nær lokale, norske kilder. Dette kan være fordelaktig for journalisten fordi han kan øke informasjonsstrømmen fra selskapet. Men det kan også være negativt dersom man etablerer for tette bånd (se for eksempel Allern, 1997 eller Grafström og Pallas, 2007).

### **Konferanser og nettverksbygging**

Vi har vært inne på at man i næringslivsjournalistikken mangler en del av de naturlige nyhetsbeitene som for eksempel politiske reportere har. Det finnes imidlertid en del faste arrangement som de fleste av informantene nevner som gode "nyhetsbeiter" for saker om StatoilHydros internasjonale virksomhet. I tillegg til faste kvartalsarrangementer, trekkes ONS (petroleumsutstilling og -konferanse i Stavanger) og oljekonferanse i Houston frem:

Det er avgjørende å finne de store arenaene, svømme litt i de store vannene: Jeg har vært på oljemesse i Houston noen ganger, og ONS er viktig fordi der blir man kjent med folk som man kan ringe senere. Og man merker fort hvem man får kjemi med, hvem man kan snakke med og hvem man ikke kan snakke med. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

Ericson, Baranek og Chan (1989) beskriver nettopp slike møteplassene som en del av den sosiale arenaen der kilder og journalister møtes. De seminarene som arrangeres fra StatoilHydros eller bransjens side, må regnes som informasjonssubsidier. Ved å lede oppmerksomheten mot noen deler av virksomheten, gjør man andre deler mindre tilgjengelige for allmennheten. Journalist Jostein Løvås forteller om seminarer for spesielt inviterte oljejournalister. Han mener StatoilHydro gir tilgang på ekspertise for å forsøke å "ta ned eksplosive ting". I august 2008 ble Løvås for eksempel invitert på et seminar med landsjefen i Canada og en lobbyist derfra. Tema var oljesandprosjektet:

Bare utvalgte journalister var invitert, mens for eksempel Natur og Ungdom ikke fikk komme. Det var ikke annonsert noe sted, det var enkelte journalister som ble ringt opp. [...] De prøver av og til med slike infomøter, men de oppfatter jeg egentlig som veldig ryddige. Jeg tror ikke StatoilHydro har så veldig mange illusjoner om at de skal klare plutselig å få norsk presse til å bli en heiagjeng for internasjonaliseringen. Jeg tror ikke det. Men det er klart at når de fremstiller fakta, så undersøkes selvsagt de negative aspektene, men det er jo helt naturlig. De kaller det en "business update", og gir inntrykk av at det ikke ligger noen nyheter i det. De tar ned eksplosive ting på denne måten. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Etter dette konkrete seminaret skrev Løvås en tosiders sak i *DN* om at oljesandprosjektet vil bli dobbelt så dyrt som antatt (*DN*, 12. august 2008). I denne saken lykkes StatoilHydro svært dårlig med å "ta ned eksplosive ting", dersom det var målet med seminaret.

Det foregår likevel en kamp om kontroll her. En strategi fra selskapets side er å fly inn egne eksperter fra utlandet og gjøre dem tilgjengelige for journalister i Norge. På én måte er dette positivt for journalisten: Han kan knytte kontakter, og får informasjon og

kunnskap om virksomheten. Men det betyr også at det igjen er på næringens premisser at møtene iscenesettes, slik vi også ser i forbindelse med organiserte utenlandsreiser. Slike seminarer er derfor en del av informasjonssubsidiene som StatoilHydro tilbyr, på lik linje med tilgjengelig grafikk, pressemeldinger etc.. Ericson, Baranek og Chans informanter fra informasjonsbransjen fortalte om at den mest åpenbare måten å få journalisten til å skrive om det de ønsket, var "å gjøre jobben deres for dem", for eksempel ved å gi dem slik eksklusiv informasjon. Her blir reporterens mangel på tid og ressurser utnyttet (ibid.: 282). Dette handler også om samspillet eller dialektikken mellom kunnskap og makt: Ved å tilby informasjonssubsidier – som seminarer – på enkelte felt, unngår man lettere spørsmål og graving på mer ømfintlige områder (Allern, 1997). Tvedt Morstøl forteller hva hun mener er tanken bak seminarene:

Vi vil rett og slett gjøre våre folk tilgjengelige for pressen. Vi inviterer bredt fra de fleste redaksjonene, både nett, tv, radio og aviser. Sist var det 20 journalister som dukket opp, og fikk en 2,5 timers gjennomgang. [...] Vi vil øke forståelsen rundt vår virksomhet med faktainformasjon fordi det er komplisert. (Kjersti Tvedt Morstøl, 5. september)

Tvedt Morstøl beskriver ikke seminaropplegget så eksklusivt som Løvås gir inntrykk av at det er. Det er imidlertid trolig lurt av StatoilHydro å gi inntrykk av eksklusivitet for å få journalister til å møte på slike seminarer. Det er ikke sikkert Løvås hadde tatt turen dersom dette var et åpent debattmøte på Litteraturhuset i Oslo. Et godt eksempel på hvordan StatoilHydro velger ut noen medier som de gir "ekstraservice", var da selve meldingen om oppkjøpet av oljesanden kom i april 2007. Selskapet inviterte da fem utvalgte redaksjoner til en pressekonferanse (*NRK, DN, Aftenposten, Bloomberg og Stavanger Aftenblad*). *TV 2* og *NTB* var blant de som ble ekskludert. Begrunnelsen for utvelgelsen var tidspress og at selskapet bare hadde valgt ut de mediene som "vi har registrert følger oss tettest", ifølge informasjonsdirektør Ola Morten Aanestad (*Journalisten.no*, 25. mai 2008).

Konferanser og seminarer er altså viktige som en møteplass mellom kilde og journalist, oppgir de fleste informantene. Men flere nevner at konferansene også i stor grad brukes til å knytte kontakt med andre journalister – både norske og utenlandske. Seljeseth mener norske oljejournalister er blitt mye flinkere til å bygge opp nettverk av kolleger:

Er man på ONS eller andre steder, så bygger man opp nettverk til journalister i Russland, Skottland, USA eller andre steder [...]. Og så vet man om hverandre. Den dagen det dukker opp et problem, så har man hverandres kildenett å spille på. Fordi man er ikke konkurrenter på denne måten. Også norske journalister snakker med norske journalister, til en viss grad i alle fall, denne kontakten er viktig. Man kan teste ut enkelting på hverandre. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

### **Språklige og kulturelle utfordringer**

Møtesteder som konferanser og utenlandsturer kan altså være viktige for nettverksbygging, men språklige og kulturelle forskjeller kan komplisere kilde/journalist-forholdet på den

sosiale arena. Geir Seljeseth, som for tiden skriver fra Moskva, kan litt russisk, men ser utfordringene i møte med russiske kilder:

Det er en utfordring rundt språk og kultur, du må kunne det området StatoilHydro opererer i, og skjønne hvorfor mekanismer slår ut som de slår ut. For eksempel Gazprom i Russland er ikke et hvilket som helst oljeselskap (...) Du kan ikke tro at du kan gå til det statlige saudiarabiske oljeselskapet eller til Gazprom og tro at du havner i en vanlig businesskultur. [...] Man er mer i kontakt med lokale aktører som fagforeninger, oljearbeidere, lokalpolitikere etc. i Norge enn det man er ved anlegg i utlandet. Det handler om kultur og det handler om tilgang. Her i Russland er det unormalt med sterke fagforeninger og stor åpenhet rundt ting, represaliene hvis du går ut er ganske stort, man slipper ikke fysisk til anleggene, du må jobbe på en helt annen måte dersom du skal komme i kontakt med disse kildene. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

Seljeseth mener imidlertid at det ikke alltid er like interessant å snakke med folk "på gulvet" i Russland som det er i Norge:

[...] [N]orske oljearbeidere og lokalpolitikere er betraktelig mer orientert på en realistisk måte enn russiske oljearbeidere og russiske lokalpolitikere, i Norge er man nødt til å forholde seg til en bredere maktflate, det må man ikke her. Derfor er de kanskje ikke så interessante som kilder fordi de kanskje ikke vet like mye, og beslutningen fattes på et helt annet nivå. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

Andre undersøkelser viser liknende syn hos journalister: Folk "på gulvet" klarer ikke å fremme det kollektive i en nyhetsdiskurs og er derfor mindre interessant for journalisten (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 276). De autoriserte viterne er ledere eller mellomledere.

Rosenberg mener det er vanskeligere å vinne utenlandske kilders tillit og opprettholde den over tid: "Det er selvsagt mer krevende å skaffe seg gode kilder i utlandet. Det gjelder både det å bli kjent med dem, vinne deres fortrolighet og opprettholde dette forholdet over tid." (Ulf Rosenberg, intervju 23. september). Vi ser altså at når kildegrunnlaget ikke lenger bare består av norske oljearbeidere og norske ledere, møter journalisten utfordringer med å forstå kilden. Det er selvsagt mulig å bruke tolk eller lære seg språk, men kulturelle forskjeller kan gjøre det vanskelig å forstå konteksten og hva som kanskje egentlig er intensjonen eller motivasjonen til kilden.

#### **5.4. DEN KULTURELLE ARENA**

På den kulturelle arena ser vi på om journalister og kilder deler nyhetsverdier eller verdier i den dominerende kulturen. Vi ser nærmere på fire punkter: a) politiske koplinger til mektig bedrift, b) felles verdier i dominerende kultur, c) det tradisjonelle norske fokuset i norsk pressedekning og til slutt d) delte og udelte virkelighetsforståelser.

##### **Politiske koplinger til mektig bedrift**

Den kulturelle arena handler altså om hvordan forhandlingen mellom journalist og kilde påvirkes blant annet av hvorvidt man har felles virkelighetssyn. Det kan være enklere å få gjennomslag for sitt syn dersom man har politisk ryggdekning, for eksempel ved at utenlandssatsningen til StatoilHydro ikke bare er noe næringen ønsker, men at det samtidig

er offisiell norsk politikk (Ihlen, 2007: 99; Stortingsmelding 39 (1999-2000): punkt 8.4.1.). Den sittende regjeringen har gjort det klart at den vil "bidra til fortsatt internasjonalisering av oljeselskap og leverandørindustrien" (Soria Moria-erklæringen, 2005: 60). For å si det enkelt: Når det er konsensus rundt en måte å se virkeligheten på, skal det mer til for å utfordre dette bildet. Dette kommer vi nærmere inn på i neste kapitlet om Sjøtokman. Her skal vi nøye oss med å antyde at de tette bindingene mellom politikere, byråkrati og StatoilHydro<sup>36</sup>, kanskje særlig på den kulturelle arena, kan gjøre det vanskeligere for journalister å gjøre jobben sin:

Det er viktig å være klar over at sysselsettingsmessig og inntektsmessig er dette en stor, viktig og mektig bransje med stor påvirkningskraft. Hvis du ser på Intsok og andre liknende programmer som har vært, så ser du at det er en stor grad av samspill mellom politikere, myndigheter og industrien. Jeg vet ikke om det gjør det vanskeligere for oss journalister, men det er en tung enhet å gå inn i, med stor påvirkningskraft i samfunnet. (Yngve Hellestøl, intervju 16. september)

Også Jostein Løvås peker på de tette båndene mellom StatoilHydro og norske politikere. Han mener det trolig er den siste gruppen som er mest opptatt av selskapets omdømme:

Det er en dypt politisk bransje, og enda mer i utlandet enn i Norge. Når Stoltenberg skal til Rio i september sammen med Helge Lund, så er det mye for å markedsføre StatoilHydro. Og kanskje er norske ministre og politikere noen av dem som er aller mest opptatt av StatoilHydros omdømme. Det er jo statens eget selskap, det opererer i "nasjonens interesse". Stoltenberg har trolig større forståelse for StatoilHydros ønske om å vokse ute enn det både journalister, fagforeningsfolk eller naturvernere har. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Løvås har også skrevet om hvordan den norske ambassaden i Tunisia ble flyttet til Algerie etter StatoilHydros ønske. Han skriver at selskapet jobbet lenge for å få ambassaden flyttet: "Uten tung diplomatisk backing er det vanskelig å operere i et land der olje og politikk er så tett koblet," skriver Løvås i artikkelen (*DN*, 23. oktober 2007). Han mener det er påfallende taust fra norske politikere når det gjelder kontroversielle deler av StatoilHydros utenlandssatsning, og mener dette er talende for hvor mektig selskapet er blitt:

Det er veldig taust fra norske politikere, de tør ikke legge seg bort i strategiene til StatoilHydro. Selv ikke SV, som er dypt uenig i oljesandprosjektene, protesterer veldig høyt når partiet sitter i regjering (...). Det er litt talende for hvor mektig StatoilHydro har blitt når selskapet binder opp norske politikere slik. Det er veldig tydelig at StatoilHydros satsningsland også er prioriterte land for norsk utenrikspolitikk, man flytter ambassader etc. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

### **Felles verdier i dominerende kultur**

Mine journalistinformanter antyder altså at norske politikere deler verdier med StatoilHydro når det gjelder utenlandsengasjementet. Ekspansjon er gjort til offisiell norsk politikk, det gjør den mindre sårbar for kritikk og mer uangripelig journalistisk (Ihlen, 2007). Men kanskje er det ikke bare politikere som deler oljenæringens verdier. Journalist Seljeseth mener i alle fall det slår positivt ut for StatoilHydro at mange erfarne norske oljejournalister er eldre menn som ønsker en bekvem livsstil og har tro på teknologien. Han tror oljejournalistikken hadde sett annerledes ut med flere unge, kvinnelige oljereportere:

De fleste oljejournalister i dag er menn. Og det er menn som er rimelig voksne. Dette er ikke fagområdet for en 22 år gammel jente rett fra journalisthøgskolen, dette handler om kultur også i media. En ung nyutdannet jente vil ha et annet verdsett enn en gubbe på 45. Når overvekten av de som dekker dette området, er halvgamle gubber, sånn som meg, så vil det være ett verdsett som råder grunnen og ikke flere verdsett. Dersom mediene skulle gjøre noe for virkelig å få det til, burde de utvide basen for den typen journalister som jobber med disse saker. Men det er sånn det bare blir, se også på helsestoffet, for eksempel, skrevet av kvinner mellom 30 og 50 år. (Seljeseth, intervju 4. september)

Jeg ber Seljeseth utdype hva slags verdigrunnlag han mener det er snakk om:

Jeg tror verdigrunnlaget til oss eldre, mannlige journalister er mer i overensstemmelse med industrien enn andre. Voksne folk med hus- og billån de ønsker gjerne stabilitet og fremgang. Vi har en tro på at teknologien skal løse problemene. CO2-utsleppene, for eksempel, vi ser at det er et problem, men vi har tro på at det skal la seg løse. Dette er tuftet i at man er godt voksen, man har ikke behov for å kappe ned på energiforbruket, man ønsker ikke å kjøre mindre bil etc.. Mens en person som er yngre og friere i forhold til disse konvensjonene ikke nødvendigvis tenker sånn og er villig til å ta disse belastningene. Verdisettene forandrer seg jo med hvem man er, og vi er betraktelig mer gruppestyrt enn vi liker å erkjenne. Dette slår også ut i journalistikken. Se for eksempel på RedaksjonEN, der er det stort sett gubber, eller kvinner som høres ut som gubber, mellom 45 og 55 år. (Seljeseth, intervju 4. september)

Seljeseth tror altså at verdigrunnlaget til han og hans eldre, mannlige kolleger er mer i overensstemmelse med industriens verdier enn for eksempel en ung, kvinnelig journalist. Det kan være et eksempel på at journalist og kilde har felles verdigrunnlag og tenker likt om samfunnsproblemer. Slike kulturelle bånd mellom redaksjoner og kildeorganisasjoner kan føre til at noen deler av "virkeligheten" dekkes, mens andre deler underkommuniseres eller usynliggjøres. Gaye Tuchman snakker for eksempel om at mediene har drevet med "symbolsk tilintetgjørelse" av kvinner før "kvinnebevegelsen" var institusjonalisert som en nyhetsramme (1978: kapittel 7)).

Jostein Løvås, som for øvrig representerer en yngre generasjon enn Seljeseth, mener pressen og norske journalister generelt er svært kritiske til oljebransjen og StatoilHydro. Dette tyder ikke på sammenfallende verdier mellom journaliststanden og næringen.

Generelt er norsk presses forhold til StatoilHydros utenlandsengasjement preget av mange kritiske holdninger og lite kunnskap. Man er kritisk som bare det, men man blir gissel for kritikernes agenda, for eksempel fagforeninger, naturvernere og kanskje til dels forskere. Man vet for lite selv, men man er kritisk og leverer mye surmaga kritikk. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Innholdsanalysen i forrige analysekapittel viste nettopp at det er flere negativt vinklede saker enn positive. Det er likevel relativt få problematiserende oppslag, og dette kan støtte opp under Løvås sin beskrivelse av journalistikken som mer kritisk kun for kritikkens skyld, enn innsiktsfull (problematiserende).

### **Norsk fokus i dekingen**

Det er kjent at norske medier bryr seg mest om norske borgere, og det gjelder også i oljejournalistikken. Nærhet er det mest sentrale nyhetskriteriet, og kriteriet identifikasjon handler nettopp om geografisk og kulturell nærhet (se for eksempel Allern, 2001b: 55). Slike nyhetskriterier bidrar automatisk til "fornorsking" av dekingen. Innholdsanalysen viste et overveldende flertall av norske kilder i dekingen av StatoilHydros utenlandsengasjement,

og ikke-vestlige kilder brukes nesten aldri. Dette momentet hører hjemme på den kulturelle arena fordi det på mange måter er et verdispørsmål hvem som er mest nyhetsverdig: Er det like interessant med en skadet StatoilHydro-ansatt aserbajdsjaner som med en norsk oljearbeider med giftskade? Informasjonssjef Tvedt Morstøl forteller:

Norsk presse har et norsk fokus. Det merker vi dersom det har vært en hendelse, for eksempel jordskjelv. Da er spørsmålet: Er det nordmenn der? Vi kan ha mange ansatte i området, men dersom de ikke er norske, så er det ikke så viktig. At vi har oljeproduksjon i Angola eller i Nigeria er ikke like viktig for norske medier som hva som skjer på Statfjord-feltet i Nordsjøen. (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september)

Pia Gaarder i Norwatch mener norsk presse "systematisk underkommuniserer" konsekvenser av StatoilHydros virksomhet for lokalbefolkning i de landene de opererer:

Nå har jo Norge primært offshoreengasjement, og da blir det ikke helt de samme effektene som når man tar opp olje på land. Men det var for eksempel lite og dårlig dekning da Statoils rørledningen fra Aserbajdsjan og vestover ble bygget, til tross for at det var store protester fra lokalbefolkningen. Et annet eksempel er rørledningen gjennom bygda Rossport i Irland.

StatoilHydros virksomhet i Aserbajdsjan er blant de største de har i ett enkelt land. Erling Borgen belyste forholdene der gjennom sin dokumentar fra 2007. Som vi har sett i innholdsanalysen, fikk dokumentaren noe dekning, men det var svært lite eller ingen reell dekning direkte av StatoilHydros virksomhet i Aserbajdsjan i de seks utvalgte avisene. Rørledningen gjennom Rossport i Irland har imidlertid fått en del dekning i norske medier siden saken kom opp i 2005. Også Seljeseth nevner denne saken, og påpeker at den fikk påfallende lite oppmerksomhet i Norge: "Hadde den bygda vært i Norge, hadde det vært et helvete rundt det, men det er så langt unna." (Geir Seljeseth, intervju 4. september).

Gulbrand Wangen i Intsok mener det er uforholdsmessig stort fokus på StatoilHydros engasjement i Russland fordi det er nabolandet til Norge og dermed "nært" oss:

Norsk presse retter uforholdsmessig stor oppmerksomhet mot Russland og Sjtokman. Det er mindre informasjon fra for eksempel Brasil, selv om det ikke er helt unaturlig. Dette handler blant annet om at Russland er en nabo. Men Løvås i DN har i en femårsperiode bidratt til at man også har fått opp øynene for land i Midtøsten. Han har vært aktiv og analysert kritisk situasjonen både der og i Nord-Afrika. [...] Kasakhstan, hvor de solgte seg ut, men nå har kontor for å se på mulighetene i landet, er det svært lite medieoppmerksomhet på. Også i Kina er StatoilHydro til stede, men det er veldig lite oppmerksomhet fra norske medier. (Wangen, intervju 22. september)

StatoilHydro har fremdeles relativt få operatørskap utenfor norsk sokkel, og dermed mindre ansvar. Den største delen av virksomheten foregår i Norge, og de har flest ansatte her. Selskapet hadde driftsinntekter på nærmere 180 milliarder i 2007 i Norge, mens de hadde tilsvarende inntekter utenlands på 41 milliarder (StatoilHydro, 2007a: 23 og 27). Dette kan forklare en del av det norske fokuset. Tvedt Morstøl forklarer forskjellen på StatoilHydros informasjonsarbeidet rettet mot utenlandsengasjementet sammenliknet med norsk sokkel:

På norsk sokkel er StatoilHydro ofte operatør, og dermed har vi mye mer ansvar. På veldig mange av prosjektene i utlandet er vi partnere og da er det andre problemstillinger rundt tilstedeværelse etc. Men nå begynner vi å få en del operatørskap også i utlandet, så jeg tror det vil bevege seg i den retningen at vi (som arbeider med utenlandsengasjementet, min anm.), vil være like i forhold til hvordan man håndterer media eller problemstillinger fremover. (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september)

Spørsmålet for fremtiden blir dermed om norsk presse følger med også når StatoilHydro blir større i utlandet, eller om det norske fokuset opprettholdes.

### **Felles virkelighetsforståelser?**

Til slutt på den kulturelle arenaen skal vi drøfte hvorvidt det er vanskeligere å etablere alternative forståelser av noe som er langt borte, som utenlandsengasjementet til StatoilHydro, sammenliknet med det mer kjente, som virksomhet på norsk sokkel. Siden få har direkte kjennskap til StatoilHydros virksomhet i utlandet, kan vi anta at de virkelighetsbeskrivelsene som industrien gir, i større grad blir akseptert (Ihlen, 2007: 99). Maktforholdet mellom de med kunnskap og de uten blir større, og alternative tolkningsrammer utelukkes lettere (se for eksempel Entman, 1993). Spørsmålet er altså: Er det enklere å akseptere industriens virkelighetsbilde når businessen blir internasjonal og du har mindre førstehånds kunnskap om den? De fleste journalistinformantene avviser at de påvirkes noe særlig av omdømmearbeidet. Flere tror de lettere lar seg påvirke av miljøorganisasjoner enn av StatoilHydro:

Det er veldig mye lettere for Fredric Hauge og Bellona å definere virkelighetsbildet i norske medier enn det er for StatoilHydro, tross alt. Hauge kan komme med masse påstander som bare glir rett igjennom uten at det stilles spørsmål ved det, mens alle vil være kritiske til StatoilHydros virkelighetsbilde. Det ligger vel litt i journalistrollen at man skal være skeptisk til de store og kapitalsterke (...). Man stiller sjelden spørsmål ved kritikerne, men man hakker gjerne på de store. Kanskje gjør vi det i litt vel stor grad, for det er ikke alltid at de små vet best. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Også Seljeseth mener Bellona får definere virkelighetsbildet i pressen mer enn StatoilHydro. Han tror imidlertid industrien får mer gehør på kommentar- og analyseplass fordi han mener industrien er flinkere til å bruke rasjonelle argumenter enn miljøbevegelsen:

Jeg tror norske medier påvirkes av mange forhold samtidig. Dersom du måler antallet spaltemillimeter, tror jeg omdømmearbeidet til Bellona har kommet betraktelig lengre på reportasjeplass. Men dersom en ser på kommentar-/analyseplass er det nok mulig at industrien har kommet lenger. Når man kommenterer vil man i stor grad bruke rasjonelle argumenter, oljeindustrien har vært veldig flink til å bruke rasjonelle argumenter, mens miljøarbeidet har foregått veldig mye etter en følelsesmessig agenda. De har også en del rasjonelle argumenter, bevares, men mye mer tak på følelsene, og det har også gjort at de får oppmerksomhet i nået, men i de store linjene så mangler de en del trykk. (Geir Seljeseth, intervju 4. september)

Også Tvedt Morstøl i StatoilHydro antyder at miljøbevegelsen kanskje får litt vel mye oppmerksomhet, hun mener det grunn til å stille spørsmål rundt journalistenes kildevalg og hvorvidt de kildene som brukes, er mer troverdige enn StatoilHydro:

Vi ønsker å ha frem fakta, for eksempel rundt oljesandprosjektet, men vi ser også at andre, for eksempel miljøbevegelser, har et annet bilde som de ønsker å formidle. Da er det opp til mediene å vurdere hvordan de ønsker å vinkle saken. Men jo mer faktabasert, jo bedre er det for oss. Man kan jo stille spørsmål rundt hvilke kilder journalistene velger enkelte ganger, og om kildene er mer troverdige enn StatoilHydro. (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september)

Alle disse informantutsagnene, som antyder at miljøbevegelsen i større grad enn næringen setter agenda, står til en viss grad i kontrast til kildeanalysen i kapittel 4. Den analysen viser

nemlig at miljø- og andre interesseorganisasjoner brukes svært lite som kilder i dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement. Faktisk utgjør miljøorganisasjoner sammen med andre NGO-er den nest minst brukte kildegruppen (se tabell 26 i vedlegg 4). Det behøver ikke bety at mediene lettere aksepterer StatoilHydros virkelighetsbilde, men det sier noe om at miljøbevegelsen står langt nede på listen over hvem som er autoriserte vitere når pressen skriver om den internasjonale virksomheten. Bare én sak, nemlig oljesanden i Canada, har en klar miljøvinkling i dekningen. Også i en tidligere diskursanalyse av Sjtokman-saken konkluderes det med at "miljøbevegelsen har vært relativt fraværende" i mediedekningen (Weisser-Svendsen, 2007: 71).

Journalist Hellestøl tror heller ikke mediene lar seg påvirke lettere av omdømmestrategiene når businessen blir internasjonal, men han påpeker at det blir "vanskeligere å kontrollere raskt om de opplysningene man får, stemmer. Dette skyldes nettopp avstanden til saken. Derfor tar det kanskje lengre tid å få frem at det er en annen side av historien også" (Hellestøl, intervju 16. september). Jostein Løvås synes det er vanskelig å si hvor mye han selv påvirkes av omdømmestrategiene. Han påpeker imidlertid at dersom manglende førstehånds kunnskap gjør det mer sannsynlig at man påvirkes, må dette gjelde i møte med alle kildeorganisasjoner og virkelighetssyn:

På én måte blir det lettere å tro på analysene til Transparency International, Bellona, WWF og fagforeningene jo lenger bort virksomheten flytter. Skepsisen til oljeindustrien er så inngrodd i befolkningen og journaliststanden at StatoilHydro kan ikke bare si at alt er fint og flott i Angola og få folk til å tro på det. Det er ikke slik at StatoilHydro kan klare å definere virkeligheten der, det er en bratt bakke å gå. Det finnes knapt noen bransjer som har dårligere rykte internasjonalt enn oljebransjen. (Jostein Løvås, intervju 4. september)

Jeg spurte Tvedt Morstøl om hvor viktige hun mener omdømmearbeidet er for å få forståelse i opinionen for StatoilHydros ønsker om økt internasjonalisering. Hun svarte med å sette spørsmålstegn ved hva som menes med omdømmearbeid:

[...] Vi jobber i en forretningsmessig hverdag, og i en forretningsmessig hverdag så er realiteten slik at oljeproduksjonen går ned på norsk sokkel og da har selskapet et valg: Legge ned virksomheten og bygge ned sammen med fallende oljeproduksjon eller gå til andre prosjekter som finnes utenlands. Er det omdømmearbeid? Vi må bare informere om at hvis dette selskapet skal fortsette å vokse, så er vi nødt til å gå utenlands. Det er ren faktainformasjon. Selvsagt ønsker vi en forståelse og aksept rundt det, men det må basere seg på fakta. (Kjersti Tvedt Morstøl, intervju 5. september)

For Tvedt Morstøl er altså etablering av forståelse rundt utenlandsekspanasjon et faktaspørsmål, ikke et spørsmål om påvirknings- eller omdømmearbeid.

Hellestøl stiller spørsmål ved deler av det virkelighetsbildet StatoilHydro og industrien forsøker å formidle gjennom sitt omdømmearbeid, konkret når det gjelder lokomotiveffekten for leverandørindustrien:

[D]e [er] opptatt av å kommunisere at det de gjør, bidrar til å gi arbeid til leverandørindustrien. De understreker også at de må dra utenlands for å kompensere for redusert aktivitet i Norge. Rammen rundt det hele er alltid at man gjør det "for Norge" og for norske arbeidsplasser skyld. [...] [S]pørsmålet er i hvor stor grad leverandørindustrien direkte får nytte av at StatoilHydro går inn i prosjekter i



enkeltland. Det kan settes spørsmålsteget ved hvorvidt lokomotiveffekten er så stor som StatoilHydro – og for så vidt norske myndigheter – hevder. (Yngve Hellestøl, intervju 16. september)

Akkurat dette skal jeg komme tilbake til i neste analysekapittel. Først oppsummeres funnene fra den fysiske, sosiale og kulturelle arena.

## 5.5. OPPSUMMERING OG KONKLUSJONER

I dette kapitlet har jeg beskrevet og drøftet hva som kjennetegner den fysiske, sosiale og kulturelle arenaen som journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement produseres innenfor. Jeg har sett på hvordan internasjonaliseringen er med på å endre betingelsene for journalistikken, og jeg mener dette kan bidra til å redusere den journalistiske makten. Samtidig er det noen prosesser som arbeider motsatt vei og bidrar til mer åpenhet.

En første konkluderende observasjon er at internasjonaliseringen bidrar til mer avstand, som kan føre til et større avhengighetsforhold mellom journalist og StatoilHydro. Journalisten kan få vanskeligere arbeidsforhold (færre tilgjengelige kilder, vanskeligere å opprettholde kildenettverk, annerledes samfunnsstrukturer og mindre åpenhet). Vi kan også se en tendens til mer ressurskrevende journalistikk (utenlandsreiser og krav til kunnskap om stadig flere områder). Informantutsagn tyder på at internasjonaliseringen gjør det vanskeligere å finne alternative kilder og at det dermed tar lengre tid og krever mer ressurser å bekrefte selskapets meldinger. Utviklingen av den ekspanderende globale økonomien, her representert ved StatoilHydro, kan altså påvirke journalistikkens evne til å være uavhengig i negativ retning og redusere den journalistisk makt (Slaatta, 2001: 136).

En annen konkluderende observasjon er at vi ser et relativt nært forhold mellom pressen og kildeorganisasjonen StatoilHydro. Dette kan påvirke forholdet mellom journalist og kilde fra et *forhandlings*forhold i retning av mer *samarbeid*. Det nære forholdet kan ses i forlengelsen av min første konkluderende observasjon. Men konvergensen mellom informasjonsbransjen og pressen samt de økende informasjonssubsidiene er også et generelt trekk i den norske medievirkeligheten. Informantutsagn kan tyde på at journalister ser både fordeler og ulemper med det nære forholdet. Grafström og Pallas (2007) argumenterer for at kilde/journalist-forholdet innen privat sektor preges av samarbeid i større grad enn av forhandling (jfr. Ericson, Baranek og Chan, 1989) eller dragkamp (jfr. Allern, 1997). Dette kan være negativt for journalistikken fordi kilden får mer direkte kontroll over selve innholdet i nyhetene, ikke bare i prosessen eller forhandlingene frem mot nyheten. Mine informanter beskriver sitt forhold til StatoilHydro i stor grad som et forhandlingsforhold. Men når kommunikasjonen foregår på StatoilHydros premisser (gjennom informasjonssubsidier som pressemeldinger, seminarer for spesielt inviterte,

organiserte utenlandsreiser, eksklusive saker etc.) og når avhengighetsforholdet blir større på grunn av internasjonaliseringen, kan man komme i et tettere samarbeidsforhold med kilden. Dette handler altså ikke bare om konvergens mellom de to partene, men også om informasjonsovertak (jfr. Allern, 1997).

Et tredje hovedpunkt er at internasjonaliseringen kan påvirke i hvilken grad pressen adopterer industriens virkelighetsforståelse hvis man legger til grunn at det er lettere å adoptere andres tolkningsrammer dersom en selv mangler førstehånds kunnskap (Ihlen, 2007: 99). At internasjonaliseringen er gjort til offisiell norsk politikk, og at det finnes tette koblinger mellom StatoilHydro og politikere, gjør selskapet til en tung enhet å gå inn. Også verdifelleskap mellom journalist og næringen kan bidra til at man ikke stiller spørsmål ved næringens agenda (jfr. Seljeseths *resonnement* om delte verdier). Men de fleste journalistinformantene påpeker at de også påvirkes av andre aktørers virkelighetsbilde, for eksempel miljøbevegelsens. Flere mener de trolig oftere godtar virkelighetsbildet til andre, mindre aktører enn StatoilHydro fordi det ligger i journalistrollen å være kritisk til store, mektige bedrifter. Også nyhetsverdier som konflikt og sensasjon gjør at næringens virkelighetsbilde ofte automatisk motarbeides (se for eksempel Allern, 2001b).

Som et siste konkluderende punkt vil jeg minne om forhold og prosesser som kan øke den journalistiske makten: Internettets bidrag (bruk av internasjonale nyhetsbyråer, faste søk etc.), samarbeid mellom journalistkolleger (journalistnettverk, nettverksbygging på konferanser eller utenlandsturer) og mer åpenhet etter børsnotering (informasjonsplikt også om saker som er ubehagelige for selskapet). Dessuten vies StatoilHydros utenlandsengasjement trolig mye mer oppmerksomhet i norsk presse nå enn før. Gaarder i Norwatch beskriver utviklingen som en "revolusjon":

Vi startet i 1996, og da var det nesten en skandale at man satte et kritisk søkelys på norske bedrifter i utlandet fordi norske bedrifter ble ansett som veldig mye flinkere enn alle andre. Fra den gang til i dag har det nesten vært en revolusjon. (Pia Gaarder, intervju 15. september)

Disse vitneprovne kan bety at journalistikk om StatoilHydros utenlandsvirksomhet er et journalistisk felt som øker i omfang til tross for den mulig reduserte journalistiske makten som jeg har beskrevet i analysen.

## **6. RAMMEANALYSE: SJOKMAN I PARADIS I NORSK PRESSE**

I forrige kapittel ble det antydnet at internasjonaliseringen av StatoilHydros virksomhet kan påvirke i hvilken grad pressen adopterer industriens virkelighetsforståelse. Det er lettere å adoptere andres tolkningsrammer dersom en selv mangler førstehånds kunnskap eller dersom det råder stor konsensus om rammen (se for eksempel Ihlen, 2007: 99; Entman, 1993: 53). Dårligere kildetilfang, omfattende informasjonssubsidier, lite kunnskap og ukjente samfunnsstrukturer samt mindre åpenhet og innsyn er forhold som kan gjøre det vanskeligere å etablere alternative måter å se virkeligheten enn den StatoilHydro presenterer. På bakgrunn av dette ønsker jeg å drøfte den tredje og siste problemstillingen: Hvilke nyhetsrammer tas i bruk i deknningen av StatoilHydros utenlandsengasjement, og er disse rammene i overensstemmelse, modellerende eller i konflikt med industriens egne tolkningsrammer? For å finne ut av dette gjøres først en rammeanalyse av den største nyheten i 2007 – Sjøtokman-saken<sup>37</sup>. De nyhetsrammene som brukes i pressedekningen (slik jeg fremstiller det i min rammeanalyse), sammenliknes så med rammene som industrien ønsker å fremme (slik Øyvind Ihlen fremstiller det i sin bok *Petroleumsparadiset* (2007)<sup>38</sup>).

Siden Sjøtokman-saken brukes som case, presenteres først historien bak gassfeltet (kapittel 6.1.). Konteksten er viktig for å forstå saken slik den presenteres og forstås i dag (Østbye m.fl., 2001: 242). Hovedanalysen (kapittel 6.2.) viser hvilke seks nyhetsrammer som jeg mener dominerer deknningen. Hver av rammene presenteres med sin kjerneposisjon og kjerneamme<sup>39</sup>. I oppsummeringen etter hver enkelt av nyhetsrammene drøfter jeg i hvilken grad rammen sammenfaller med industriens foretrukne tolkningsrammer. Så oppsummeres funnene, og jeg konkluderer med om nyhetsrammene er identiske, modellerende eller i konflikt med oljeindustriens foretrukne tolkningsrammer (kapittel 6.3.). Helt til slutt drøftes rammenes relevans også i den generelle pressedekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement, og her problematiseres bruk av Sjøtokman som case (kapittel 6.4.).

### **6.1. GIGANTFELTETS VEI INN I NORSK BEVISSTHET**

Gassfeltet Sjøtokman<sup>40</sup> ligger i russisk del av Barentshavet, omtrent 550 kilometer nord for kysten av Kolahalvøya. Det ble oppdaget i 1988, men først de siste fem til seks årene har det

blitt regnet som realistisk at feltet kan bygges ut i løpet av kort tid (Moe, 2006: 389). Feltet regnes som verdens største gassfelt til havs, og inneholder trolig 3700 milliarder standard kubikkmeter gassekvivalenter og 31 millioner tonn kondensat (StatoilHydro, 2008c). Feltet er dermed nesten tre ganger så stort som det største norske gassfeltet Troll (Oljedirektoratet, 2008: 148). Sevmorneftegaz eier alle rettighetene på feltet. Selskapet var eid av både det statlige Rosneft og det halvstatlige Gazprom, men ble i 2004 kjøpte opp av sistnevnte selskap (Akramovsky, 2007).

Norske olje- og gassaktører begynte tidlig å interessere seg for gigantfeltet. Ifølge Hydro har de helt siden oppdagelsen av feltet vært i dialog med russerne, mens Statoil meldte sin interesse først i 2004. Da inngikk de en intensjonsavtale om å se på muligheten for russisk deltakelse på Snøhvit-feltet mot norsk innpass på Sjøtokman. I 2005 valgte Gazprom ut fem selskaper<sup>41</sup> til en innstillingsliste over mulige partnere for å utvikle feltet (Austvik, 2006: 25). Blant disse selskapene var både Statoil og Hydro, og spenningen steg. Høsten 2006 kom imidlertid meldingen om at russerne likevel ville utvikle feltet på egenhånd, og at det planlagte LNG-anlegget<sup>42</sup> ikke skulle realiseres (Moe, 2006: 390). Ryktene om mulig norsk deltakelse fortsatte likevel å svirre, og den norske pressedekningen i denne perioden var massiv (se Weisser-Svendsen, 2007). I desember 2006 ble det bestemt at Hydros olje- og gassavdeling skulle slås sammen med Statoil, og 1. oktober 2007 var StatoilHydro var et faktum. Man ville gjøre selskapet mer konkurransedyktig internasjonalt, blant annet i Russland (Noreng, 2007; StatoilHydro, 2007a: 3). Nå var det heller ikke lenger *to* norske selskap som kjempet om russernes gunst, men ett samlet. I juli samme år hadde imidlertid Olje-Norge blitt kraftig skuffet da Total stakk av med de første 25 prosentene av Stockman Development Company, selskapet som står for fase én av Sjøtokman-utbyggingen. Gazprom selv eier 51 prosent, så høsten 2007 sto kampen om de siste 24 prosentene.

Tidlig 25. oktober 2007 ringte telefonen på statsministerens kontor i høyblokken i Oslo, og Jens Stoltenberg snakket en stund med sin russiske kollega. StatoilHydro var blitt tilbudt de siste 24 prosentene i Stockman Development Company. "Jeg var glad for beskjeden," sa Stoltenberg til *DN* senere samme dag (*DN*, 26. oktober 2007). I 2009 blir det klart hvor mye som skal investeres i første utbyggingsrunde. De tre partnerne skal eie konstruksjonene i 25 år fra gassutvinningen kommer i gang (NTB, 25. oktober 2007).

## **6.2. SEKS NYHETSRAMMER, FÅ ALTERNATIVER**

I det følgende presenteres funn fra rammeanalysen, og jeg har identifisert seks nyhetsrammer som dominerer deknningen. De presenteres med kjerneposisjon og

kjerneramme, og gjennom hele analysen trekker jeg inn eksempler fra empirien som underbygger hver av rammene. Bak alle eksemplene står et tall oppgitt, og det referer til artikkelnummer som finnes i artikkeloversikten i vedlegg 5. Rammene er ikke uttømmende eller gjensidig utelukkende, men må forstås som et forsøk på å ordne og identifisere argumentene og innholdet i deknningen. På slutten av gjennomgangen av hver enkelt nyhetsramme vurderes rammen i sammenheng med industriens foretrukne tolkningsrammer på det aktuelle området, slik Ihlen (2007) fremstiller det.

### Ringvirkningsrammen

*Ringvirkningsrammen* tar for seg Sjtokman-avtalens mulige positive ringvirkninger for norsk næringsliv og lokalsamfunn i nord. Dette er trolig den mest brukte rammen i de analyserte artiklene.

Først går jeg gjennom kjerneposisjonen til *ringvirkningsrammen*. **Røttene** er å finne i norsk distrikts- og nordområdepolitikk. Norske myndigheter ønsker å opprettholde befolkningsgrunnlaget i nord og sikre arbeidsplasser. Denne rammen legger til grunn et virkelighetsbilde der leverandørindustrien og lokalsamfunnet i nord sliter. Bedriftene står ikke på egne ben, men er prisdrevet StatoilHydros "drahjelp". **Konsekvensene** av denne måten å se virkeligheten på er at Sjtokman-avtalen kan få positive ringvirkninger for bedrifter og lokalmiljø i nord. Nordnorsk infrastruktur beskrives som sentral, og Russlands-kunnskapen ved forskningsinstitusjoner og i næringslivet i nord vil bli mer ettertraktet dersom StatoilHydro får innpass på Sjtokman. **Prinsipper** som ligger til grunn, kan vi finne igjen i parallellen til General Motors: "Det som er bra for StatoilHydro, er bra for Norge". StatoilHydro baner vei for andre norske bedrifter, og det snakkes om "Sjtokman-effekten".

I kjernerammen til *ringvirkningsrammen* finner vi **nøkkelord** knyttet nettopp til "ringvirkninger" (381, 378 etc.) og "store/gigantiske muligheter" (551, 492, 395 etc.). Nord beskrives som en "vekstregion" (381), og "vekst" (551) og "nordområdesatsning" (379, 367, 378) er også gjengangere. På lederplass snakker *Nordlys* om "en ny pomortid" (498) for Norge og Russland, og henviser til pomorhandelen drevet mellom folk i Finnmark og Troms og russiske kjøpmenn fra 1700-tallet og til begynnelsen av 1900-tallet<sup>43</sup> (*Aschehoug og Gyldendals Store norske leksikon*, 2005-07). Flere språklige bilder eller **troper** benyttes, og på lederplass skriver for eksempel *VG* at Sjtokman blir "rene lystgassen for kommuner som sliter med stor fraflytting" (551). Flere aviser skriver om et "løft" for Barentsregionen (551), og *Nordlys* gjentar "en vitamininnsprøytning for Nord-Norge" tre ganger i én sak (467). *Nordlys* mener også Sjtokman-avtalen kommer vil sørge for at det er i nord "Norges fremtid vil bli formet" (497), mens *VG* skriver om leverandørbedrifter som "gnir seg i hendene"

(547). Alle disse språklige bildene bygger opp under en forståelse av at StatoilHydros innpass på Sjtokman vil gagne særlig nordnorske samfunn. Et sentralt **eksempel** er å sammenlikne det som angivelig kommer til å skje med Nord-Norge etter Sjtokman, med det som skjedde med Stavanger og Rogaland da det ble oppdaget olje og gass i Nordsjøen: "Rogaland ble løftet fram da oljen kom til Norge. Nå er det Nord-Norges tur" (498), slik sjefredaktøren i *Nordlys* skriver i en kommentar. Videre finner jeg **beskrivelser** av situasjonen slik *DNs* tittel "Kirkenes vil bli 'hovedstad'" (381), og at vi nå kan "fylle nordområdesatsningen med innhold". Den sistnevnte formuleringen var trolig opprinnelig Jens Stoltenbergs, men det har gått igjen i leder- og kommentarstoff, for eksempel på lederplass i *VG* (551). I *DN* slipper en leverandørkilde til med et sitat om at Kirkenes-området kommer til å bli "Europas sterkeste vekstregion i årene som kommer" (381), noen dokumentasjon eller underbygging av denne oppsiktsvekkende uttalelsen fremkommer ikke. I samme artikkel beskriver *DN* stemningen i Kirkenes slik: "Det er full jubel og humøret er på topp i Kirkenes etter avgjørelsen" (381), og byen beskrives samtidig som et mulig "logistikksenter". I en lederartikkel i *Dagbladet* gjengis en beskrivelse av kontrakten som en "milepæl med store ringvirkninger for hele Norge" (387). Slik ordbruk preger spaltene særlig de første dagene etter at kontrakten ble inngått, og den samlede dekningen bygger opp under en forventning om at Sjtokman-avtalen er avgjørende for Nord-Norges fremtid.

**Tittelbruk** er også en av komponentene som er med på å konstituere rammen. I en undertittel på førstesiden av *Stavanger Aftenblad* 26. oktober står det: "Leverandørindustrien jubler". Andre eksempler på tittelbruk som bygger opp under *ringvirkningsrammen*, er: "Store muligheter" (551), "RØKKE-JUBEL" (547) og "Tror på ringvirkninger" (381). Sjtokman-avtalens ringvirkninger presenteres ikke bare som en oppfølgersak på StatoilHydros innpass på Sjtokman, *ringvirkningsrammen* brukes svært ofte i selve hovedoppslaget, og fremstår dermed som den viktigste konsekvensen av avtalen. Eksempler på dette finner vi 26. oktober i *Stavanger Aftenblad* og *Nordlys*, men også *VG* har dette som en hovedinngang på sin dekning. Et eksempel på en **ingress** som bygger opp under *ringvirkningsrammen*, er: Leverandørene står klare "til å kaste seg over fete Stockman-opppdrag" (370), slik *Aftenposten* skriver. Et eksempel på et **prioritert sitat** er *Nordlys'* intervjuer med leverandører: "Dersom vi bare får en liten bit av Stockman, vil det bli enormt" (381). Åslaug Hagas uthevede kommentar til *Nordlys* 26. oktober er også relativt entydig: "Dette er en god dag for Nord-Norge" (567).

Hva gjelder **kildevalg** er det typisk entusiastiske lokalpolitikere og leverandør som intervjues om ringvirkninger for norske selskaper og kommuner. Særlig gjelder dette i

*Nordlys*, men også i *Stavanger Aftenblad*, *DN* og *VG* vies disse kildene stor oppmerksomhet dagen etter at kontrakten ble tildelt. Lokalpolitikere og lokalt næringsliv sponser rammen fordi de ønsker støtte til å klargjøre seg for "Sjtokman-effekten" (for eksempel med bedre infrastruktur). Også rikspolitikere brukes som kilder (Åslaug Haga, Jonas Gahr Støre m.fl.)

Når det gjelder **bildebruk**, dreier det seg ofte om infrastruktur i nord (havner, skip etc.) eller smilende, skålende leverandører og politikere. Jeg finner eksempler på at utsnitt av kart og grafikk er gjort slik at norske havner fremheves og fremstår som aktuelle for Sjtokman, mens havner som Murmansk og Severodvinsk markeres dårligere<sup>44</sup>.

Sett i ettertid er det usikkert hvor store ringvirkninger det faktisk vil bli av Sjtokman. To Fafo-studier om den generelle satsningen på olje i nord, tegner et heller dystert bilde av fremtiden til Nord-Norge, trass i større investeringer (*Fafo-notat* 2007:19; *Fafo-rapport* 2007:36). Sjtokman fører ikke automatisk til vekst i nord, og ønsket om å bli "Europas sterkeste vekstregion" med Kirkenes som "energi hovedstad", kan derfor være overdrevet.

Argumentet om at StatoilHydro-deltakelse på Sjtokman-feltet er avgjørende for at norske leverandører skal velges, holder heller ikke nødvendigvis vann. Alle de store norske leverandørbedriftene er godt etablert i utlandet. 111 norske leverandørselskaper innen oljesektoren har en samlet utenlandsandel på 46 prosent, det vil si at de leverer nesten halvparten av samlet produksjon av petroleumsspesifikke produkter/tjenester til utlandet (Heum m.fl., 2006). Ifølge forsker Eirik Vatne ved Samfunns- og Næringslivsforskning finnes det ingen bearbeidet informasjon på i hvor stor grad disse bedriftene er avhengig av drakhjelp fra StatoilHydro (Vatne, 2008). Han slår likevel fast at mange av de store, spesielt innen boring, seismikk, forsyningsfartøy og subsea, er vel etablert uten at de følger med StatoilHydro. Selskapet er og har vært en viktig "hjelper" i utlandet for mindre, norske bedrifter, men det er langt fra den eneste eller beste kanal ut, ifølge Vatne. Dette er argumenter som mangler eller marginaliseres i pressedekning der StatoilHydros Sjtokman-avtale beskrives som redningen for en mer uselvstendig leverandørindustri.

**Konklusjon:** To av tolkningsrammene til Ihlen (2007), *veiskille-* og *sameksistensrammen* (se presentasjon av rammene under kapittel 2.2.), har mange likhetstrekk med *ringvirkningsrammen*. De argumentene som industrien har tatt i bruk for å bedre rammevilkårene på norsk sokkel, brukes også for å argumentere for StatoilHydro-deltakelse på Sjtokman. Ett unntak er imidlertid det positive miljøaspektet, som fremmes gjennom *sameksistensrammen*. Dette perspektivet er ikke fremtredende i pressedekningen av Sjtokman<sup>45</sup>. Kjerneposisjonen i *sameksistensrammen* er at man vil "redde aktivitetsnivået i petroleumsbransjen, skape arbeidsplasser, trygge velferdsstaten og bosettingsmønsteret

langs kysten (Ihlen, 2007: 171). Dette er en posisjon og et argument vi i stor grad også ser i pressedekningen av Sjtokman gjennom *ringvirkningsrammen*. Også i *veiskillerammen* vises det til at man krever handling for å unngå at "leverandørindustrien forvitrer", og et nøkkelord også her er "muligheter" (ibid.: 147). Fakta som kan dokumentere at Sjtokman-avtalen faktisk vil gi de ringvirkningene man håper på, presenteres sjelden. Både før og etter det ble klart at StatoilHydro ble Gazproms partner, brukes *ringvirkningsrammen* av alle de undersøkte avisene, men det er særlig etter tildelingen den er aktuell. Ikke uventet er det *Nordlys* som i størst grad tar i bruk denne nyhetsrammen, men jeg har vist til eksempler fra alle avisene. *DN* er trolig den av de riksdekkende avisene som bruker rammen oftest, mens *Dagbladet* og delvis *VG* er de som bruker den minst. På de tre datoene da dekningen var mest massiv, er *ringvirkningsrammen* den mest dominerende rammen i pressedekningen<sup>46</sup>.

**Tabell 18 Ringvirkningsrammens kjerneposisjon og kjerneamme**

<p><b>Røtter:</b> Norske selskaper i nord og andre leverandører sliter, nordområdene trenger arbeidsplasser. Norske leverandørbedrifter står ikke på egne ben, de er priggitt StatoilHydros "drahjelp".</p> <p><b>Konsekvenser:</b> Sjtokman-avtalen får positive ringvirkninger for leverandørbedrifter og lokalmiljø i nord, StatoilHydro "baner vei" og bidrar til "Sjtokman-effekten".</p> <p><b>Prinsipper:</b> General Motors-parallell: "Det som er bra for StatoilHydro, er bra for Norge".</p>
<p><b>Nøkkelord:</b> "ringvirkninger" (381, 378), "muligheter" (551, 492, 395), "vekst" (381, 551), "nordområdesatsning" (379, 367, 378).</p> <p><b>Troper:</b> "Rene lystgassen for kommuner som sliter med stor fraflytting" (551), et "løft" for Barentsregionen (551), "en vitamininnsprøytning for Nord-Norge" (491).</p> <p><b>Eksempler:</b> "Rogaland ble løftet fram da oljen kom til Norge. Nå er det Nord-Norges tur" (498).</p> <p><b>Beskrivelser:</b> "Fylle nordområdesatsningen med innhold" (551), "strategisk nærhet" (381), "milepæl med store ringvirkninger" (387).</p>
<p><b>Tittelbruk:</b> "Store muligheter" (551), "RØKKE-JUBEL" (547), "Kirkenes vil bli 'hovedstad'" (381), "Tror på ringvirkninger" (381).</p> <p><b>Ingressbruk:</b> "Leverandørene tror nordområdene blir Europas sterkeste vekstområde i årene som kommer" (381), "Leverandørene står klare til å kaste seg over fete Sjtokman-opdrag" (368).</p> <p><b>Prioriterte sitater:</b> "Dersom vi bare får en liten bit av Stockman, vil det bli enormt" (381).</p> <p><b>Kildevalg:</b> "Entusiastiske" og "jublende" lokalpolitikere og leverandørbedrifter, til en viss grad rikspolitikere.</p> <p><b>Bruk av grafikk:</b> Noen eksempler på bruk av kart og grafikk som fremhever norske havner (<i>Stavanger Aftenblad</i> 26. oktober)</p>

## Eventyrrammen

*Eventyrrammen* brukes for å beskrive Sjtokman-prosjektet som en (mulig) forlengelse av "det norske oljeeventyret". Den er trolig den nest mest brukte rammen i mitt datamateriale.

Først går jeg gjennom kjerneposisjonen til *eventyrrammen*. **Røttene** til denne rammen er at norsk kontinentalsokkel er "i ferd med å tømmes", og det betyr slutten på "det norske oljeeventyret". En tøffere hverdag for norsk petroleumsindustri venter. **Konsekvensen** av dette, slik det fremstilles i denne rammen, er at industrien bør ekspandere utenlands for at kunnskap og kompetanse vedlikeholdes og norske arbeidsplasser ikke forsvinner. Sjtokman er i så måte redningen, og prosjektet presenteres nettopp som et *nytt* eventyr. **Prinsipper** som ligger bak, er at norsk petroleumsindustri må ekspandere utenlands hvis den skal overleve, og at det ikke finnes alternative strategier.



**Nøkkelord** innen *eventyrrammen* er "gasseventyr" (387, 237), "drømmeprojekt" (439, 167) og "lykkes internasjonalt" (373, 378). "Eventyr" eller "eventyrlig" brukes svært ofte, også i titler, til tross for at ordbruken må regnes som klisjéfyllt. Her settes utenlandsekspanjonen i sammenheng med, eller i forlengelsen av, det norske oljeeventyret. Dette understrekes ved å bruke formuleringer som "et nytt kapittel i det norske eventyret" (387). Eksempel på språklige bilder, eller **troper**, er når Sjtokman omtales som "en stor fjær i hatten" for Norge av flere aviser. Feltet beskrives også som "en juvel" (373). Et **eksempel** viser også hvordan man sammenlikner Sjtokman med historien fra norsk sokkel: "Dette blir som å starte eventyret på norsk sokkel på nytt igjen", siteres en kilde i *Stavanger Aftenblad* (389). I de følgende **beskrivelsene** ser vi også tydelig hvordan parallellen trekkes og hvordan man begrunner nødvendigheten av ekspansjonen utenlands: *Dagbladet* skriver at regjeringen har satset stort på at energisamarbeidet med Russland skal bli "et solid bein Statoil og norsk økonomi kan stå på etter hvert som oljen og gassen på norsk sokkel blir tappet" (165), og "Regjeringen har gjort energisamarbeidet med Russland til [...] noe Norge skal leve av etter at oljen og gassen er tappet i norske farvann" (219). *DN* siterer statsministeren på følgende: "Vi vet med sikkerhet at olje og gassproduksjonen ved norsk sokkel vil falle, skal StatoilHydro ikke falle sammen med produksjonen her, må selskapet lykkes internasjonalt" (378). Alle disse eksemplene viser hvordan man eksplisitt trekker linjen fra norsk sokkel til Sjtokman og utenlandsengasjementet generelt. Muligheten for å la StatoilHydro ha utspilt sin rolle når sokkelen er tom, slik enkelte kritikere har tatt til orde for (se for eksempel Ryggvik og Engen, 2005), er argumenter som marginaliseres.

**Titler** som støtter direkte opp om *eventyrrammen*, er "Et nytt gasseventyr" (387), "Shtokman er så gigantisk av SNØHVIT BLIR EN DVERG" (497) og "Troll blir barnemat" (368). De to siste er med på å vise hvordan norsk sokkel kommer til kort og, i forlengelsen av det, hvordan Sjtokman skal sørge for nytt liv. Når det gjelder **ingressbruk** har *VG* et verdiladd eksempel som vekker assosiasjoner til Cæsar eller krigsherrer som vinner nytt terreng: "StatoilHydro-sjef Helge Lund kom, signerte en gigantavtale og dro" (549). Et eksempel på et **prioritert sitat** er "Fallende produksjon på norsk sokkel har gitt både Statoil og Hydro problemer med å levere produksjonsvekst," i *DNs* børskommentar som videre forklarer hvordan Sjtokman kan bøte på dette problemet (173).

StatoilHydro-ansatte og politikere er viktige **kilder** som argumenterer for ekspansjon på grunnlag av minkende inntekstmuligheter i Norge. De er også rammens primærsponsor sammen med leverandørbedrifter.

*Eventyrrammen* brukes ofte i lederartikler, kommentarer og børskommentarer. VGs lederartikkel (551) er absolutt i samsvar med industriens syn: "Etter hvert som norsk sokkel går tom for olje og gass er det nettopp prosjekter som Sjtokman som er fremtiden." *Eventyrrammen* tar altså fokuset vekk fra alternativer til ekspansjon. Er det slik at når oljeressurser på norsk sokkel forsvinner, så *må* StatoilHydro fortsette virksomheten i utlandet? Ingen av Sjtokman-sakene presenterer noen alternativ nyhetsramme når det gjelder ekspansjon, det redegjøres lite eller ikke for alternative måter å forstå virkeligheten.

**Konklusjon:** Mange av argumentene som fremmes gjennom pressens *eventyrramme*, finnes også industriens *ekspansjonsramme* (Ihlen, 2007: kapitel 4). Det dreier seg for eksempel om hvordan utenlandssatsningen presenteres som løsningen på at produksjonen på norsk sokkel flates ut. Dette kan tyde på at bruken av *eventyrrammen* i pressedekningen gjør at argumentene i oljebransjens *ekspansjonsramme* lettere aksepteres uten at det settes spørsmålsteget. Argumenter mot ekspansjon er nesten fraværende i pressedekningen: Avisene stiller noen spørsmål rundt *hvordan* man skal ekspandere, men de utelukker en debatt rundt *hvorvidt* man bør ekspandere overhodet (slik Ryggvik og Engen (2005) har forsøkt å dra i gang). Reiten (2007) identifiserer også en *eventyrramme* i sitt materiale. Hennes ramme viser at Statoil, med etableringen i Angola, er på vei ut i noe nytt og spennende, eventyret beskrives som en reise mot nye opplevelser, og rammen antyder at resultatene vil bli eventyrlige, også i økonomisk forstand (Reiten, 2007: 96). Dette stemmer overens med min beskrivelse av *eventyrrammen* i mitt materiale. *Eventyrrammen* er tydelig for leseren i den forstand at eventyrmetaforer brukes flittig. Men på den andre siden er rammen lite åpenbar fordi det ofte handler like mye om hva som velges bort (argumenter mot ekspansjon), som hva som blir omtalt (argumenter for ekspansjon) (jfr. Entman, 1993). Argumentene mot ekspansjon til Sjtokman er svært få, samtidig som *eventyrrammen* fremmer en forståelse av Sjtokman som en positiv utvikling for Norge som oljenasjon<sup>47</sup>.

**Tabell 19 Eventyrrammens kjerneposisjon og kjerneramme**

**Røtter:** Norsk sokkel er "i ferd med å tømmes", det norske oljeeventyret er snart forbi.

**Konsekvenser:** Vi må ekspandere utenlands, Sjtokman er redningen, og presenteres som et nytt "gasseventyr".

**Prinsipper:** Hvis vi vil fortsette eventyret, må vi dra utenlands.

**Nøkkelord:** "gasseventyr" (387, 237 etc.), "drømmeprojekt" (439, 167) og "lykkes internasjonalt" (373, 378).

**Troper:** "en fjær i hatten" (557), Sjtokman er "en juvel" (373).

**Eksempler:** "Dette blir som å starte eventyret på norsk sokkel på nytt igjen" (390).

**Beskrivelser:** "Vi vet med sikkerhet at olje og gassproduksjonen ved norsk sokkel vil falle, skal StatoilHydro ikke fall sammen med produksjonen her, må selskapet lykkes internasjonalt" (378). "Etter hvert som norsk sokkel går tom for olje og gass er det nettopp prosjekter som Stockman som er fremtiden" (551).

**Tittelbruk:** "Et nytt gasseventyr" (387), "Shtokman er så gigantisk av SNØHVIT BLIR EN DVERG" (497).

**Ingressbruk:** "StatoilHydro-sjef Helge Lund kom, signerte en gigantavtale og dro" (549).

**Prioriterte sitater:** "Fallende produksjon på norsk sokkel har gitt både Statoil og Hydro problemer med å levere produksjonsvekst" (173).

**Kildevalg:** StatoilHydro-kilder eller politikere. Rammen er også vanlig i lederartikler og børskommentarer.

## Foregangslandsrammen

Sentralt i *foregangslandsrammen* er å vise at StatoilHydro og Norge, som foregangsland på teknologi, miljø og etikk, bidrar positivt i sitt vertsland Russland. Rammen fremmer et slags moralsk begrunnelse for ekspansjonen det argumenteres for gjennom *eventyrrammen*.

Først gjennomgår jeg kjerneposisjonen til *foregangslandsrammen*. **Røttene** finner vi både i naturen og i politikken. For det første kreves det ny teknologi for å utvinne gassen fra arktiske Sjtokman, særlig hvis man skal gjøre det på en "bærekraftig" måte. For det andre sliter Russland med korrupsjon, lav grad av politisk frihet etc. Vi ser altså "utfordringer" både teknologisk, miljømessig og etisk. **Konsekvensen** av dette, slik denne rammen fremstiller det, er at StatoilHydro bør velges som partner fordi de kan tilby den teknologien som er nødvendig. Med på kjøpet får de et miljøbevisst selskap med "strengt etiske standarder". **Prinsippet** bak er at norsk teknologi, miljøbevissthet og etikk er overlegen og nødvendig for å gjennomføre Sjtokman-prosjektet; "Det er typisk norsk å være god"<sup>48</sup>.

Noen **nøkkelord** er "norske erfaringer" (32), "unik kompetanse" (378, 487, 138), "verdensledende" (378), "strengt miljøkrav" (379), "høye miljøstandarder" og "bærekraftig utvikling" (557). Andre nøkkelord rundt etikk er "korrupsjonsfritt" (552), "ikke blåøyd" (552), "nulltoleranse" [for korrupsjon] (552), "et krevende land" (386) og "etisk regelverk" (386). Det er altså snakk om typiske honnørord, ord som går igjen i årsrapporter og jubileumsbøker. Nyhetsdekningen handler om kamp om hva tegn eller ord skal bety, for eksempel hva man legger i ordet "demokrati" (Ericson, Baranek og Chan, 1987: 16). Tilsvarende pågår det kanskje en kamp om hvordan man skal definere "bærekraft", som er et flittig brukt ord av StatoilHydro. Selskapet snakker for eksempel om en "bærekraftig utvinning" på Sjtokman-feltet og utgir "bærekraftsrapporter" (StatoilHydro, 2007b). Miljøbevegelsen mener på sin side at man per se ikke kan kalle utvinning av en ikke-fornybar energikilde for bærekraftig (se for eksempel Ihlen, 2007: 107). Flere **troper** brukes for å fremheve norsk kompetanse: *Nordlys* skriver at StatoilHydro "brøt teknologiske barrierer" (497) på Snøhvit, noe som skal komme godt med når man nå går løs på det "tøffe" Sjtokman-feltet. I *Stavanger Aftenblad* siteres en kilde på at "Norge er en god nabo" (390). Når det gjelder **eksempler**, gjentas stadige referanser til Norges teknologi i forbindelse med Ormen Lange og særlig Snøhvit. "Gazprom klarte ikke å unnvære den kompetansen som StatoilHydro har vist ved de store gassfeltene Ormen Lange og Snøhvit" (547), skriver VGs kommentator dagen etter kontraktssigneringen og fremhever at "nordmennene [har] spesiell ekspertise i arktiske strøk". Bruken av "vi", "nordmenn" og "Norge" som synonymer til Statoil og oljeindustrien, er interessant fordi de helst brukes når StatoilHydro gjør det bra,

ikke når de for eksempel tas for korrupsjon. "Da kan nøkkelen bli Snøhvit" (161), skrev *Stavanger Aftenblad* på kommentarplass i juli, og *Aftenposten* skriver: "Snøhvitprosjektet er blitt et utstillingsvindu" (138). Den teknologiske erfaringen StatoilHydro har ervervet seg gjennom Snøhvit, kan altså gi dem innpass på Sjtokman, ifølge avisen. At franske Total, en av rivalene om Sjtokman, også er en viktig partner på Snøhvit-prosjektet, nevnes ikke av *Aftenposten*. "Den lange miljømessige erfaringen StatoilHydro har, kommer til anvendelse" (493), ble Jonas Gahr Støre sitert av *Nordlys*, og det gir oss nok et eksempel på henvisning til tidligere erfaringer, her på miljøsidene. I et debattinnlegg i *DN* skriver Støre selv om hvorfor norsk deltakelse på Sjtokman er gode nyheter for den sårbare naturen i nord (379). Eksempler på andre **beskrivelser** er: "Norsk kompetanse er best i verden på sikkerhet og miljø" (378), slik Stoltenberg siters i *DN*. Til *Aftenposten* sier statsministeren, "Det vil helt sikkert styrke miljøsituasjonen at StatoilHydro blir partnere, selskapet har den strengeste standarden i verden" (367). Også på lederplass, om enn litt mer forsiktig, stoler *Stavanger Aftenblad* på StatoilHydro: "Vi antar at StatoilHydro vil bidra til en mest mulig bærekraftig utvikling av feltet" (557). Når det gjelder det etiske perspektivet, henvises det ofte til Iran som eksempel: "StatoilHydro har lært mye av Iran-saken", sier Åslaug Haga til *Dagbladet* (386). Videre i samme sak vises det til at Russland er et "krevende" land, og Haga siteres på at "Jeg har tillit til at de med sitt etiske regelverk og sin erfaring vil håndtere dette på en god måte". Et svært godt eksempel på hvordan det kan gå når StatoilHydro er eneste kilde, er *VG*-dekningen 27. oktober. Her beskrives StatoilHydro som en bedrift som skal vise "hvor skapet skal stå" og være "korrupsjonsfrie" (552). Gjennom hele artikkelen får Helge Lund fritt leide, han utfordres ikke på noen av utsagnene. I *Nordlys* siteres en kilde på at "Statoil/Hydro er verdens beste oljeselskap, i alle fall når det er snakk om [...] å gjøre det innenfor miljømessig sikre rammer" (480).

**Tittelbruken** er interessant fordi mange saker er klart vinklet slik at de støtter opp under mottoet "Norge som foregangsland". Eksempler på dette er: "Et løft for klimaet" (379), "Teknologien vant" (390), "Russisk håp om norsk Shtokman-deltakelse" (477) og "Lover å ikke gi bort én ULOVLIG RUBEL" (552). I **ingressen** utdypes den norske fortreffeligheten: Hos *VG* lyder en ingress: "StatoilHydro-sjef Helge Lund forteller hvor skapet skal stå når hans selskap nå går inn i det russiske eventyret: Ikke en mistenkelig rubel skal utbetales" (552). Uthevede eller **priorterte sitater** som bygger opp under *foregangslandsrammen*, er *VGs* "– Vi skal være korrupsjonsfritt" (sic.) (552) og "StatoilHydro har et strengt etisk regelverk og de er svært opptatte av korrupsjonsspørsmål" (386).

StatoilHydro og rikspolitikere er hyppigst **kilder** når denne *foregangsrammen* tas i bruk. Også miljøbevegelsen intervjues, men ikke så ofte<sup>49</sup> (jfr. innholdsanalysen).

**Konklusjon:** Argumentasjonen i *foregangslandsrammen* finner vi igjen i to av industriens egne tolkningsrammer: *ansvarlighetsramme* og *bærekraftighetsramme* (Ihlen, 2007: kapittel 3 og 5). Den moralske argumentasjonen er lik, og nøkkelord går igjen i de ulike rammene, for eksempel "etikk" og "norske erfaringer". At Norge er en "god nabo", er et språklig bilde også Ihlen fremhever i industriens *ansvarlighetsramme*. StatoilHydro fremstilles i deler av pressedekningen rundt Sjtokman-saken som en foregangsbedrift på etikk på grunn av "høye etiske standarder" og "nulltoleranse" for korrupsjon. Dette er argumentasjon som vi finner igjen i *ekspansjonsrammen* til Ihlen. Reiten (2007) identifiserer en egen *samfunnsansvarsramme* i pressedekningen av Statoil i Angola. Dette baserer hun i hovedsak på kun syv artikler, og bare tre av dem har fokus på det hun analyserte. Dette mener jeg er et for lite utvalg for å kunne snakke om en generell tolkningsramme. I mitt utvalg finner jeg ikke grunnlag for å identifisere en egen *samfunnsansvar-/ansvar-* eller *bærekraftsramme*. *Foregangslandsrammen* er mer omfattende og får plass til både teknologi, miljø og samfunnsansvar<sup>50</sup>.

*Foregangslandsrammen* blir brukt litt forskjellig før og etter tildelingen av Sjtokman-kontrakten 25. oktober: Før tildelingen brukes teknologien som en begrunnelse for hvorfor Norge *bør* velges, senere brukes det som en forklaring på hvorfor det var "umulig å komme utenom" Norge. Denne observasjonen støttes også av funn i Weisser-Svendsens diskursanalyse av Sjtokman-saken (2007: 47-49).

**Tabell 20 Foregangslandsrammens kjerneposisjon og kjerne-ramme**

---

**Røtter:** Det kreves moderne teknologi for å utvinne gassen fra Sjtokman, og korrupsjon, lav grad av politisk frihet etc. gjør det enda vanskeligere å operere i Russland.

**Konsekvenser:** StatoilHydro bør velges som partner fordi de er "verdensledende" på den nødvendige teknologien, samtidig som de er miljøbevisste og har "strengt etiske standarder".

**Prinsipper:** "Det er typisk norsk å være god".

---

**Nøkkelord:** "norske erfaringer" (32), "unik kompetanse" (378, 487, 138), "verdensledende" (378), "strengt miljøkrav" (379), "bærekraftig utvikling" (557), "korrupsjonsfritt" (552), "ikke blåøyd" (552), "nulltoleranse" (552), "etisk regelverk" (386).

**Troper:** "Brøt teknologiske barrierer" (497), "Norge er en god nabo" (390), [StatoilHydro skal vise] "hvor skapet skal stå" (552).

**Eksempler:** "Gazprom klarte ikke å unnvære den kompetansen som StatoilHydro har vist ved de store gassfeltene Ormen Lange og Snøhvit" (547), "Da kan nøkkelen bli Snøhvit" (161).

**Beskrivelser:** "Statoil/Hydro er verdens beste oljeselskap, i alle fall når det er snakk om [...] å gjøre det innenfor miljømessig sikre rammer" (480). "Det vil helt sikkert styrke miljøsituasjonen at StatoilHydro blir partnere, selskapet har den strengeste standarden i verden" (367).

---

**Tittelbruk:** "Et løft for klimaet" (379), "Teknologien vant" (390), "Lover å ikke gi bort én ULOVLIG RUBEL" (552).

**Ingressbruk:** "den unike kompetansen" [til StatoilHydro gjorde utslaget] (378), "StatoilHydro-sjef Helge Lund forteller hvor skapet skal stå når hans selskap nå går inn i det russiske eventyret: Ikke en mistenkelig rubel skal utbetales" (552).

**Prioriterte sitater:** "StatoilHydro har et strengt etisk regelverk og de er svært opptatte av korrupsjonsspørsmål" (386).

**Kildevalg:** StatoilHydro og rikspolitikere, også miljøbevegelsen intervjues (i liten grad).

---

## Politiseringsrammen

*Politiseringsrammen* er med på å fremheve sammenhengen mellom olje og politikk, og viser hvorfor oljespørsmål, i dette tilfellet i Sjtokman-saken, må forstås i en politisk kontekst.

**Røttene** til *politiseringsrammen* finner vi i at nasjoner vil sørge for egen energisikkerhet (se for eksempel Claes, 2001). Olje og gass er derfor en strategisk vare, og av den grunn er det ikke bare en forretningsmessig avgjørelse hvem som får innpass på Sjtokman. Ofte er store oljeselskaper helt eller delvis statseid, slik tilfellet er både for Gazprom og StatoilHydro<sup>51</sup>. En rekke politiske spørsmål er også blitt knyttet opp mot Sjtokman-feltet, som delelinjeproblematikken<sup>52</sup>, Svalbard-spørsmål<sup>53</sup> og uenighet om fiskeriforvaltning. Dagens rødgrønne regjering mener "Norge må delta i utviklingen av petroleumsvirksomheten i nord i samspill med Russland" (Soria Moria-erklæringen, 2005: 60), og de har utpekt nordområdene som "Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene som kommer" (ibid.: 6). I den siste utenrikspolitiske redegjørelsen ble Sjtokman-samarbeidet nevnt eksplisitt (Støre, 2008). **Konsekvenser** av dette, slik det presenteres i *politiseringsrammen*, er at norske politikere må tale StatoilHydros sak overfor Putin dersom man ønsker innpass. Dersom StatoilHydro kommer med på Sjtokman, kan det dessuten være en mulig løsning på mange av konfliktene i nord. Det norsk-russiske forholdet forbedres fordi vi får en "dialog" som kan "bane vei" for løsninger. **Prinsipper** som ligger til grunn, er forståelsen av at "olje er politikk". Mottoet om at "det som er bra for StatoilHydro, er bra for Norge", fra *ringvirkningsrammen*, er også nærliggende.

Sentrale **nøkkelord** er "nordområdesatsning" (379, 367, 378 etc.), "ressursnasjonalisme" (92, 6 etc.), "godt naboforhold"/"naboskap" (138, 564), "dialog" og "energialog". Eksempler på **troper** som bygger opp under denne rammen, er uttrykket å "bane vei". Etter 26. oktober skriver flere aviser at det nye energisamarbeidet "baner vei" eller "åpner opp" for samarbeid også på andre områder, for eksempel fiskeripolitikk og delelinjen etc.. **Eksempler** eller **beskrivelser** som støtter opp under rammen, er Stoltenbergs kommentar til *Aftenposten* om at Sjtokman-avtalen "styrker det strategiske samarbeidet, bedrer tonen mellom Russland og Norge" (367). I *Nordlys* siteres en kilde på at: "I en sikkerhetspolitisk forståelse er dette utrolig viktig. Det er en milepæl for samarbeidet mellom Norge og Russland" (490). Samarbeid om olje er altså politikk: "[...] [D]et er gjennom Stoltenberg at toppsjef Helge Lund skal få drahjelp i den nye runden med å jobbe seg inn i det gigantiske offshorefeltet" (479), slår *Nordlys* fast kommentarplass, helt uten å stille spørsmål eller drøfte det. Før StatoilHydro ble valgt ut som partner, skrev *VG* på kommentarplass: "Norge har ikke, slik som USA, Russland eller Storbritannia, store politiske

ressurser å legge i potten når de kjemper om feltene. Dette gjør det vanskelig for StatoilHydro å slippe til" (525). Manglende norsk politisk slagkraft regnes altså som negativt for StatoilHydros sjanser på Sjtokman.

Eksempler på **tittelbruk** er: "– Økt samarbeid hjelper på grensestrid" (390), som er et direkte sitat fra Norges ambassadør til Russland. Mer eksplisitt er det vanskelig å si det, siden linjene mellom StatoilHydro-avtalen og løsninger på politisk betente områder trekkes direkte. I en sak med tittelen "Stoltenberg hjalp Helge Lund i Russland" (138) skriver *Aftenposten* om hvordan Stoltenberg er budbringeren for industrien da han overleverte oljerenseutstyr finansiert av Statoil. "Storpolitisk tyngdekraft" (178) er tittelen på lederen i *Dagbladet* etter at Total fikk de første 25 prosentene. Den handler om at Frankrike og USA har stor politisk tyngdekraft, og det foreslås som årsak til den (foreløpig) manglende norske suksessen. Også her er det politiske interesser og ikke økonomiske interesser som fremheves som viktig i kampen om Sjtokman. "I dag vil Stoltenberg møte Putin og skryte uhemmet av Statoil/Hydro" (480) er *Nordlys'* svært eksplisitte tittel. Det kommer ingen motforestillinger rundt hvorvidt dette er en heldig situasjon, saken er kun bygget ut kommentarer fra miljøbevegelsen og andre som legitimerer Stoltenbergs skryt. Eksempler på **ingressbruk** som bygger opp under politiseringsrammen, er: "Helg Lund fikk god hjelp av statsminister Jens Stoltenberg før møtet med Russlands president Vladimir Putin i helgen" (138), og *Aftenpostens*: "– Vi skiller mellom forretningsmessige beslutninger og politiske, sier Støre. Men sett fra russisk side er olje og gass politikk" (447). Støre benekter altså at det er snakk om en politisk avtale, men samtidig sier han at norske myndigheter har støttet StatoilHydro og at Sjtokman "har åpnet for nye dimensjoner for samarbeid, også politisk sett" (447). Eksempler på **prioriterte sitater** er: "Det kan neppe være noen tvil om at et godt samarbeid på gassektoren vil kunne bidra til at også andre spørsmål lettere vil kunne finne sin løsning" (557), som *Stavanger Aftenblad* skriver på lederplass. *Aftenposten* er kanskje avisen som i størst grad har dekket den politiske dimensjonen ved Sjtokman, men i større grad med et kritisk perspektiv enn hva som er tilfellet i de andre avisene. På lederplass advarer de, og uthever følgende sitat på førstesiden av avisen: "Putin har [...] fått en tilgodelapp. Dette bør man åpent innse for å unngå å lure seg selv" (392).

Når det gjelder **kildebruk** er det som regel norske politikere som uttaler seg om hvor viktig StatoilHydros avtale er for "dialogen" med Russland på andre punkter, som delelinjen og fiskeriforvaltning. Ellers er leverandører og lokalpolitikere, samt enkelte kommentatorer, sponsorer av rammen. Jeg finner sjelden eller aldri StatoilHydro-kilder som fremmer *politiseringsrammen*. Det kan skyldes at de ikke ønsker å fremstå som et selskap

preget av den største, statlige eieren. Slik kommunikasjon er heller ikke nødvendigvis offentlig og synlig i avisspaltene. Lobbyister og andre jobber via oljebyråkrater og oppover i systemet, slik en allerede nevnt dokumentar fra *NRK Brennpunkt* (2008) har vist.

Når det gjelder **bildebruk**, er glade statsledere en gjenganger. En av *Aftenpostens* lederartikler illustreres med Stoltenberg og Putin, som smiler og tar hverandre i hendene. Bildeteksten står det om hvordan oljeindustrien blir mer politisert (392). I *DN*, da Total fikk første biten av Sjtokman, avbildes Nicolas Sarkozy mens hans omfavnes av Putin (169).

I dag, over ett år etter Sjtokman-avtalen, er ikke Norge og Russland nærmere løsninger på konfliktene i nord. Nye historier om dumping av fisk, en pågående konflikt om luftrommet over Svalbard, russiske jagefly langs norskekysten og generelt kjøligere forhold mellom Nato og Russland etter Georgia-konflikten preger det norsk-russiske forholdet.

**Konklusjon:** Samtlige aviser i utvalget bruker *politiseringsrammen* i deler av sin dekning. I meningsstoff, som kommentarer, leserinnlegg og lederartikler, omtales den politiske kontakten mellom de to landene med større skepsis og mindre fremtidsoptimisme enn i den øvrige dekningen. Her stilles også flere spørsmål ved (norske) politikeres innblanding i næringslivet og ved effekten Sjtokman-avtalen har på politisk betente spørsmål, som delelinjen og Svalbard. Det finnes ingen sammenlignbar ramme i materialet til Ihlen, og dette underbygges også av at StatoilHydro sjelden eller aldri kan regnes som sponsorer av denne rammen. Ihlen peker imidlertid også på at det er enklere for StatoilHydro å fremme argumenter når de først er gjort til offisiell norsk politikk (Ihlen, 2007: 99). *Politiseringsrammen* er ikke blant de mest brukte nyhetsrammene, men den er én av de seks jeg identifiserer<sup>54</sup>.

**Tabell 21 Politiseringsrammens kjerneposisjon og kjerne ramme**

<b>Røtter:</b> Olje er politikk, og Russland og Norge har også uløste konflikter rundt delelinjen, Svalbard og fiskeriforvaltning.
<b>Konsekvenser:</b> Norske politikere bør hjelpe StatoilHydro med innpass på Sjtokman. Når kontrakten er i boks, kan den bedre det norsk-russiske forholdet fordi vi får en "dialog" som "baner vei" for løsninger.
<b>Prinsipper:</b> "Olje og gass er politikk", "Det som er bra for StatoilHydro, er bra for Norge".
<b>Nøkkelord:</b> "nordområdesatsning" (379, 367, 378 etc.), godt "naboforhold"/"naboskap" (138, 564), "dialog" (ofte "energialog")
<b>Troper:</b> "bane vei" eller "åpne opp" for samarbeid (447).
<b>Eksempel:</b> "Stockman har åpnet for nye dimensjoner for samarbeid, også politisk sett" (447), "Når StatoilHydro blir med på Stockman, kan det bidra til å løse andre stridsspørsmål som Norge har med Russland" (390)
<b>Beskrivelser:</b> "det er gjennom Stoltenberg at toppsjef Helge Lund skal få drahjelp i den nye runden med å jobbe seg inn i det gigantiske offshorefeltet" (479), "Dette styrker det strategiske samarbeidet og bedrer tonen mellom Russland og Norge" (367).
<b>Tittelbruk:</b> "– Økt samarbeid hjelper på grensestrid" (390), "Stoltenberg hjalp Helge Lund i Russland" (138)
<b>Ingressbruk:</b> "Norge har fått tilbake det ene benet i nordområdesatsningen" (367), "Helge Lund fikk god hjelp av Stoltenberg før møtet med Russlands president Vladimir Putin i helgen" (138),
<b>Prioriterte sitater:</b> "Det kan neppe være noen tvil om at et godt samarbeid på gassektoren vil kunne bidra til at også andre spørsmål lettere vil kunne finne sin løsning" (557).
<b>Kildebruk:</b> Rammen brukes ofte i kommentarer og lederartikler. På redaksjonell plass er det som regel norske politikere, diplomater eller leverandørbedrifter som uttaler seg. Sjelden eller aldri StatoilHydro som kilde som fremmer denne rammen.
<b>Bildebruk:</b> Bilde av toppolitikere som møtes og tar hverandre i hendene, omfavner hverandre etc. (392 etc.)



## Risikorammen

*Risikorammen* er, i likhet med *konkurranserammen*, også en klassisk nyhetsramme. Mitt datamateriale viser i hovedsak hvordan rammen knytter økonomisk risiko (og i noen tilfeller politisk risiko) til Sjtokman-prosjektet.

**Røttene** til rammen ligger i Sjtokmans natur og Russlands politikk. Gassfeltet krever teknologi som gjør det vanskelig å forutse lønnsomhet. I tillegg utgjør den ustabile politiske situasjonen en annen potensiell økonomisk risiko. **Konsekvenser** av dette er at man stiller spørsmål ved lønnsomheten av å investere i prosjektet. Det heter seg at "ingenting er risikofritt" og at "alt har sin pris". Eksempler på **prinsipp** som ligger til grunn for *risikorammen*, er "bedre føre var" og "det er bedre med en fugl i hånda enn ti på taket".

**Nøkkelordet** som går igjen hyppigst, er nettopp "risiko" (368, 384, 382 etc.). I tillegg brukes "skepsis" (371, 168), "avventende" (371), "overreaksjon" (371, 560) og "dyrt" (490) for å beskrive de usikre momentene i avtalen og avtalens betydning. Ofte brukes disse ordene helt nederst i brødteksten, som for å veie opp for positivt ladde ord lengre oppe i saken. De brukes også ofte i undersøker og notiser. I en børskommentar i *DN* skriver man for eksempel om "Sjtokman-fest", men samtidig spør journalisten: "Men når kommer bakrusen?" (380). Av andre **troper** kan nevnes: "Lett å trå feil" (386), det "sås tvil" om lønnsomheten (368), en kommentator i *Stavanger Aftenblad* skriver om "medaljens bakside" (558), og i samme avis uttaler en analytiker at Sjtokman neppe er særlig "fett avkastningsmessig" (560). *Nordlys* advarer også mot "fallgruver" (497), men ellers er det svært lite av denne avisens dekning som preges av *risikorammen*. **Eksempler** og **beskrivelser** er: "Det er fare for forsinkelser og overskridelser i tillegg til det russiske byråkratiet" og "det er kanskje ikke russisk rullett, men en viss grad av risiko er det" (368), som *Aftenposten* skriver i en børskommentar.

Eksempel på **tittelbruk** som passer inn under *risikorammen* er: "Stockman – Gull eller tull?" (386) i *Dagbladet*. "STOCKMAN HAR EN PRIS", står det på førstesiden av *Aftenposten* 27. oktober, og det vises til en lederartikkel som tar for seg risikomoment, både politisk og økonomisk. Andre typiske titteleksempler er: "Advarer mot risikoen" (368), "Skeptisk og avventende" (371) og "Uavklarte betingelser" (383). Blant uthevede og **prioriterte sitater** er: "– Ingenting er risikofritt" (549) i en undersak i *VG*. Undersaken balanserer det svært positivt vinklede hovedoppslaget. Et annet eksempel fra *Aftenpostens* lederartikkel: "Vi kjenner verken den politiske eller den økonomiske prisen eller størrelsen på gevinsten. Det er først og fremst et dristig sprang inn i en ukjent fremtid" (392). Dette kan være et forsøk på å balansere den mer positivt vinklede dekningen de hadde dagen før.

Typiske **kilder** er børs- eller oljeanalytikere, men også noen oljeforskere. StatoilHydro eller politikere siteres sjelden på utsagn som støtter opp under rammen, men StatoilHydro har uttalt seg med forsiktighet rundt hvor lønnsomt Sjtokman-prosjektet er.

De fleste lederartiklene og mange nyhetskommentarer etter av Sjtokman-tildelingen, er opptatt av å gratulere, men samtidig påpeke at dette er et risikoprojekt. Men det finnes unntak også her: *Nordlys* sin sjefredaktør skriver i en nyhetskommentar 27. oktober: "Jeg er en smule overrasket over at mange [...] advare(r). Skepsis er sunt, men dette blir for smått. Ærlig talt." (498). Dette står i sterk kontrast til for eksempel *Aftenpostens* lederartikkel samme dag som advarer mot farlige politiske implikasjoner og økonomisk risiko (392).

**Konklusjon:** *Risikorammen* brukes typisk i undersøker og notiser eller i "dagen derpå"-saker, ofte for å balansere et positivt hovedoppslag dagen i forveien (for eksempel 489, 392, 371, 368, 168, 495, 490). Argumenter fra rammen fremmes også oftere i kommentarstoff enn i den øvrige dekningen. Det er som regel mulige økonomisk risiko som omtales. Den eventuelle politiske risikoen ses oftest i et økonomisk perspektiv. Reiten (2007) identifiserer også en nyhetsramme hun kaller *risiko*, som omfatter både økonomiske og politiske aspekt. Hennes funn tyder også på at den politiske risikoen som følger ved etablering i et land som blant annet sliter med korrupsjon, trekkes frem i mindre grad enn det økonomiske aspektet (Reiten, 2007: 92). Jeg finner naturlig nok ikke trekk fra *risikorammen* igjen hos Ihlen (2007). *Risikorammen* er ikke den mest brukte i hovedsaker, men den brukes gjerne i kommentarer, notiser og undersøker<sup>55</sup>.

**Tabell 22** *Risikorammens* kjerneposisjon og kjerneamme

---

**Røtter:** Sjtokmans natur er utfordrende teknologisk, Russlands politiske system er uforutsigbart og ustabilt.

**Konsekvenser:** Lønnsomheten er ikke garantert, "ingenting er risikofritt" og "alt har sin pris".

**Prinsipper:** "Bedre føre var", "det er bedre med en fugl i hånda enn ti på taket".

---

**Nøkkelord:** "risiko" (368, 384, 382 etc.), "skepsis" (371, 168), "avventende" (371), "overreaksjon" (371, 560), "dyrt" (490)

**Troper:** "bakrusen" (380), "lett å trå feil" (386), "så tvil" om lønnsomheten (368), "medaljenes bakside" (558), neppe særlig "fett avkastningsmessig" (560), "tynne greier" (560) og "fallgruver" (497).

**Eksempler/beskrivelser:** "Det er fare for forsinkelser og overskridelser i tillegg til det russiske byråkratiet" og "det er kanskje ikke russisk rulle, men en viss grad av risiko er det" (368).

---

**Tittelbruk:** "Stockman – Gull eller tull?" (386), "Det kan bli dyrt å vinne", "STOCKMAN HAR EN PRIS", "Advarer mot risikoen" (368), "Skeptisk og avventende" (371) og "Uavklarte betingelser" (383).

**Ingressbruk:** "Stockman er ikke risikofritt, advarer eksperter" (368)

**Prioriterte sitater:** "– Ingenting er risikofritt" (549), "Vi kjenner verken den politiske eller den økonomiske prisen eller størrelsen på gevinsten. Det er først og fremst et dristig sprang inn i en ukjent fremtid" (392).

**Kildebruk:** Som regel er det børs- eller oljeanalytikere eller forskere, i noen grad StatoilHydro, sjelden politikere.

---

## Konkurranserammen

I Sjtokman-dekningen er finner jeg også en *konkurranseramme*. Her understrekes konkurranseperspektivet mellom nasjoner og petroleumsselskaper, og StatoilHydro-sammenslåingen beskrives som en forutsetning for norsk Sjtokman-deltakelse.

Først presenteres kjerneposisjonen. **Røttene** til denne tolkningsrammen ligger i at ulike selskaper kjempet om å få være med på Sjtokman-utbyggingen, det ble presentert som en "skjønnhetskonkurranse" mellom nasjoner og selskaper. Før sammenslåingen kjempet Statoil og Hydro hver for seg uten å lykkes<sup>56</sup>. **Konsekvensen** er at bare etter sammenslåingen "falt de siste brikkene på plass". Uten et samlet StatoilHydro ville vi ikke fått "norsk" Sjtokman-kontrakt. **Prinsippet** som ligger til grunn er at sammenslåingen var et smart trekk; Politikerne som godkjente sammenslåingen, og næringslivslederne som forhandlet den frem, fortjener derfor ros for å ha gjort det norske selskapet mer handlekraftig i utlandet generelt og Russland spesielt.

Artikler som fremmer denne rammen, preges av ord og uttrykk relatert til kamp og konkurranse. **Nøkkelord** som "kampen" om Sjtokman (167), som blant annet brukes som vignett hos *DN*. Andre ord er "konkurranse" (559), "seier" (374), "triumf" (forside *DN* 26. oktober), "tap", "taper" (163), "kjempe" om Gazproms "gunst" (374) og "rivaliserende selskap" (559). Et typisk **språklig bilde**, som brukes av flere aviser, er at sammenslåingen var den siste "brikken som måtte på plass", slik *Aftenpostens* skriver i en ingress, uten å henvise til kilde (367). Flere **eksempler** og **beskrivelser** viser hvordan betydningen av sammenslåingen understrekes. *DN* skriver på lederplass: "I stedet for at de norske interessene konkurrerte om Gazproms gunst, kunne de slå sin kompetanse og sine ressurser sammen" (374). Også før det ble klart at StatoilHydro ble sikret kontrakten, viste man til at "håpet var at et fusjonert norsk selskap skulle være uimotståelig for russerne" (167) i en nyhetsartikkel i *DN*. I en kommentar i *Nordlys* dagen etter tildelingen, gjøres det klinkende klart: "Fusjonen [...] var i seg selv en forutsetning for å for å Shtokman-avtalen i havn" og etter fusjonen "var det umulig for Gazprom å komme utenom den norske giganten", skriver nyhetskommentatoren (488). Helge Lund sier til *Aftenposten*: "Ved å fusjonere ble vi et selskap som det er lettere å ha dialog med" (367), og til *Stavanger Aftenblad* sier han at "konkurransen mellom to rivaliserende selskap er eliminert" (559). Her viser han hvordan sammenslåingen skal ha ført til bedre vilkår for internasjonalisering og at selskapet er blitt mer "konkurransedyktig". I en masteroppgave om KonKraft konkluderes det blant annet med at industrien ønsker å gjøre nettopp "konkurransedyktighet" til et eksplisitt mål og strategi for Norge (Kristoffersen, 2007: 115).

Typiske tekstkomponenter, som **tittelbruk**, finner vi på flere av avisenes førstesider. *Aftenpostens* førstesidetittel 26. oktober er: "Fusjonen sikret Stockman". Påstanden står uten sitatstrek, men i ingressen heter det riktignok: "Det bekrefter Jens Stoltenberg og Helge Lund". Bruk av ordet "bekrefter" her, viser autoriteten som tillegges kildene, og gjør at det

ikke levnes noen tvil om at det faktisk var sammenslåingen som resulterte i Sjtokman-kontrakten. Også inne i avisen har *Aftenposten* følgende tittel på hovedsaken: "Reddet av ekteskapet" (367). *Stavanger Aftenblad* har samme vinkling på førstesiden: "Helt umulig uten fusjonen", slår de fast i fete typer. Første dagen etter kontraktssigneringen vinkler altså både *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* på at sammenslåingen var avgjørende, mens *DN* bruker dette poenget i undertittel. Så tidlig som i januar ser vi tittelen "Gazprom roser norsk oljefusjon" hos *DN* (25). Journalisten intervjuer Gazprom-sjefen Alexander Medvedev, og fokuserer nettopp på sammenslåingens konsekvenser ved å stille et ledende spørsmål: "Så denne fusjonen mener du er bra for Statoil og Hydro?". Et klart **prioritert sitat** på *Stavanger Aftenblad* sin førsteside 26. oktober er: "For Statoil eller Hydro alene ville 24 prosent i Sjtokman ha blitt for mye," der Helge Lund siteres. I *Aftenposten* prioriteres følgende Stoltenberg-sitat samme dag: "Når man skal være med på å løfte et så stort prosjekt, er det en klar fordel å være ett selskap, ikke to" (367).

Typiske **kilder** i slike saker er StatoilHydro, oftest representert ved Helge Lund eller Eivind Reiten, som får slå fast at fusjonen var en god idé. Også regjeringspolitikere, ofte Stoltenberg eller olje- og energiministeren (først Odd Roger Enoksen, så Åslaug Haga) siteres på at sammenslåingen var et lurt eierskapsmessig, konkurransemessig og politisk grep.

**Konklusjon:** *Konkurranserammen* er ikke en ramme som vi finner igjen i materialet til Ihlen (2007), men en klassisk nyhetsramme som er identifisert og beskrevet av flere medieforskere (se for eksempel Reese m.fl., 2003; Vreese, 2003). Rammen er gjerne kjent fra forskning på politisk journalistikk som "horse race"-rammen ("hestveddeløp"). I mitt materiale ble *konkurranserammen* særlig brukt før Sjtokman-avtalen var i boks 25. oktober da Norge (StatoilHydro) ble satt opp mot andre land, som USA (Chevron og ConocoPhillips) og Frankrike (Total). Men etter at avtalen var i boks, ble argumentene om sammenslåing av de to selskapene gjentatt og forsterket fordi man fikk en "bekreftelse" på at forretningsgrepet hadde ført til bedre forutsetninger for internasjonalisering og styrket konkurranseevnen til selskapet. På denne måte er dette en positiv ramme sett fra StatoilHydros og politikernes ståsted siden det fremheves at sammenslåingen har "båret frukter". (Kritikere har nemlig satt spørsmålstegn ved sammenslåingen fordi man med den fjernet mye av konkurransen på norsk sokkel.) Dette var også hovedvinklingen i flere av de største avisene dagen etter at kontrakten ble underskrevet. *Konkurranserammen* er blant de tre mest brukte nyhetsrammene hvis man legger til grunn kjerneutvalget (de tre viktigste datoene) i denne analysen<sup>57</sup>.

**Tabell 23 Konkurranserammens kjerneposisjon og kjerneamme**

**Røtter:** Ulike selskaper kjemper om russernes gunst, det er en "skjønnhetskonkurranse". Statoil og Hydro har også kjempet om innpass på Sjtokman-feltet, men hver for seg, var de for små.

**Konsekvenser:** Bare etter fusjonen "falt de siste brikkene på plass", uten fusjonen, ingen kontrakt.

**Prinsipper:** Fusjonen var et smart (næringspolitisk og konkurransemessig) trekk.

**Nøkkelord:** "Kamp" (167), "konkurranse" (559), "seier" (374), "tap", "taper" (163), "kjempe" (374), "rivaliserende" selskap (559).

**Troper:** Fusjonen var den siste "brikken som måtte på plass" (367), for øvrig er all ordbruk relatert til "kamp" språklige bilder i den forstand at man tar en begrepsverden (krig/kamp) til en annen (konkurranse om kontrakt).

**Eksempler/beskrivelse:** "I stedet for at de norske interessene konkurrerte om Gazproms gunst, kunne de slå sin kompetanse og sine ressurser sammen" (374), "fusjonen har vært avgjørende" (373), etter fusjonen "var det umulig for Gazprom å komme utenom den norske giganten" (488), "Hydro var for liten til å greie seg på egen hånd i utlandet" (163), "Ved å fusjonere ble vi et selskap som det er lettere å ha dialog med" (367), "konkurransen mellom to rivaliserende selskap er eliminert" (559)

**Tittelbruk:** "Fusjonen sikret Stockman" (forside, *Aftenposten* 26. okt), "Reddet av ekteskapet" (367), "Helt umulig uten fusjonen" (*Stavanger Aftenblad*, forside 26. okt)

**Ingressbruk:** "Sammenslutningen av StatoilHydro var det som skulle til for å sikre kontrakten" (forside *Aftenposten*, 26. okt.).

**Prioritert sitat:** "For Statoil eller Hydro alene ville 24 prosent i Sjtokman ha blitt for mye" (forside *Stavanger Aftenblad* 26. okt), "Når man skal være med på å løfte et så stort prosjekt, er det en klar fordel å være ett selskap, ikke to" (367)

**Kilder:** StatoilHydro og regjeringspolitikere

### 6.3. OPPSUMMERING AV SJTOKMAN-DEKNINGENS RAMMER

Hensikten med dette kapitlet er å svare på problemstillingen: Hvilke nyhetsrammer tas i bruk i deknningen av StatoilHydros utenlandsengasjement, og er disse rammene i overensstemmelse, modellerende eller i konflikt med industriens egne tolkningsrammer? Det finnes minst tre mulige svar på dette spørsmålet: Pressen kan være a) kritisk eller opposisjonell til det virkelighetsbildet industrien tegner. Da ville vi finne få eller ingen sammenheng mellom de tolkningsrammene industrien bruker og de nyhetsrammene pressen legger til grunn. Nyhetsdeknningen kan også være b) modellerende eller harmoniserende i forhold til det virkelighetsbildet som industrien ønsker å fremme. Det betyr at pressen gjenspeiler en del av industriens foretrukne tolkningsrammer, men samtidig benytter egne rammer. Til slutt kan vi si at pressen c) kopierer eller viderefører industriens virkelighetsoppfatning. Da vil vi se et større sammenfall mellom de tolkningsrammene som industrien fremmer, og de nyhetsrammene mediene tar i bruk. I den følgende oppsummeringen vil jeg argumentere for pressen modellerer industriens tolkningsrammer. Noen nyhetsrammer likner svært mye på industriens rammer, men pressen etablerer også egne rammer for forståelse.

Jeg har identifisert seks nyhetsrammer som dominerer den norske pressedekning av Sjtokman-saken i de utvalgte avisene: *Ringvirknings-*, *eventyr-*, *foregangslands-*, *politiserings-*, *risiko-* og *konkurranserammen*. De tre første rammene fremmer argumentasjon som åpenbart er i industriens interesse, og som også i stor grad sammenfaller med det industrien ønsker å kommunisere, slik Ihlen (2007) har fremstilt det. Den første rammen viser og fremhever hvordan StatoilHydros fremstøt i Russland vil føre til gode distriktspolitiske

konsekvenser og bedre kår for leverandørindustrien. Den andre rammen fremmer argumenter for hvorfor ekspansjon er nødvendig og marginaliserer argumenter mot ekspansjon. Den tredje rammen begrunner og forklarer hvordan StatoilHydro har den beste teknologien og er best på etikk og miljø og derfor bør foretrekkes som partner på Sjtokman. *Politiseringsrammen* er ikke direkte i samsvar med noen av argumentasjonsrekkene som Ihlen presenterer, men den fremmer argumenter som på mange måter er i StatoilHydros interesse: De ønsker politisk ryggdekning og støtte for å oppnå Sjtokman-avtalen, og det er positivt at de angivelig bidrar positivt til å løse norskrussiske stridsspørsmål. Samtidig ønsker ikke StatoilHydro å fremstå som et (del)statlig selskap (noe for eksempel privatiseringsønsket og debatten rundt navnevalget viser). Derfor er det ikke utelukkende positivt når mediene bruker *politiseringsrammen*. De to siste rammene om *risiko* og *konkurranse* er klassiske nyhetsrammer. *Risikorammen* er den som slår mest negativt ut for StatoilHydro, både når det gjelder økonomisk risiko, men særlig når rammen peker på politisk risiko og mer etiske problemstillinger. *Konkurranserammen* er relativt positiv for StatoilHydro i den forstand at rammens kjerneargumenter legitimerer sammenslåingen av Statoil og Hydro. Næringen og politikerne får på denne måten anerkjennelse for at sammenslåing var nødvendig for å styrke konkurranseevnen utenlands.

Sammenlikningen mellom mine og Ihlen's funn viser at alle industriens fem tolkningsrammer er aktuelle i pressedekningen av Sjtokman-saken. Gjennomgangen har vist at det særlig er *ansvarlighets*-, *ekspansjons*- og *bærekraftighetsrammen* som er sentrale. Også de to mer saksspesifikke tolkningsrammene til industrien, *veiskille*- og *sameksistensrammen*, som omhandler konkrete rammevilkår innenfor nasjonalgrensen, er aktuelle i pressedekningen gjennom *ringvirknings*- og *foregangslandsrammen*. Dette skyldes som nevnt Sjtokmans geografiske nærhet til Nord-Norge. Weisser-Svendsens (2007) har utledet to diskurser fra pressedekningen av Sjtokman: *Sjtokman trenger Norge* og *Norge trenger Sjtokman*. Disse to er delvis sammenfallende med henholdsvis *foregangslandsrammen* og *ringvirkningsrammen*, slik vi har sett i drøftingen<sup>58</sup>.

Hovedkonklusjonen er at pressedekningen av Sjtokman i de seks utvalgte avisene langt på vei er i overensstemmelse med industriens eget virkelighetsbilde. Men pressen bidrar også med egne rammer, som *konkurranse*-, *risiko*- og *politiseringsrammen*. Også andre momenter nyanserer hovedkonklusjonen noe: For det første er nyhetskommentarer, ledere og annet meningsstoff, kanskje med unntak av i *Nordlys*, oftere i konflikt med industriens virkelighetsbilde enn den generelle nyhetsdekningen. Dette henger sammen med at disse sjangerne i større grad åpner for problematisering, blant annet fordi man ikke i like stor

grad er avhengig av ryggdekning i åpne kilder. Disse teksttypene øker andelen problematiserende oppslag (jfr. innholdsanalysen i kapittel 4.1.). Dette viser også at industriens argumentasjon ikke nødvendigvis får gehør i redaksjonene, selv om den generelle pressedekningen av Sjtokman-saken ofte i tråd med industriens argumenter. For det andre brukes *risikorammen* ofte til å balansere positive oppslag. For det tredje finnes det alternative nyhetsrammer, som rett nok ikke dominerer dekningen, men som vi ser enkeltteksempler på. Det finnes for eksempel enkeltteksempler på artikler om negative miljøkonsekvenser av Sjtokman-utbyggingen. Disse og liknende saker er med på å gjøre den totale dekningen mindre enspolet enn det de dominerende nyhetsrammene, slik de fremstilles her, kan gi inntrykk av.

#### **6.4. RAMMENES RELEVANS I EN BREDERE DEKNING**

Rammeanalysen har altså vist at pressens nyhetsrammer i stor grad sammenfaller med industriens virkelighetsbilde når det gjelder Sjtokman. Innholdsanalysen viste også at det var svært få problematiserende artikler i Sjtokman-dekningen. Men gir dette et godt bilde på nyhetsrammene i den bredere dekningen av StatoilHydro i utlandet? Det er det selvsagt vanskelig å svare på uten en inngående rammeanalyse også av de andre saksområdene, og det er det ikke rom for i denne oppgaven. Men jeg vil antyde at Sjtokman på mange måter er annerledes, slik vi også så i innholdsanalysen: Sjtokman er ett av saksområdene som blir minst problematisert og det er klart flest positivt vinklede saker her. I de neste avsnittene ser jeg på hvilke nyhetsrammer som har relevans for andre saksområder enn Sjtokman. Denne drøftingen baseres kun på nærlesning i forbindelse med innholds- og kildeanalysen, og er bare ment som pekepinn for mulig videre analyse.

Mye av det som ligger til grunn for *eventyrrammen*, er gyldig også for de andre saksområdene. Selv om mediene er svært kritisk til Libya-korrupsjonen og investeringen i oljesand, rokker dekningen i liten grad ved spørsmålet om StatoilHydro i det hele tatt bør investere utlandet: Det er *hvordan* StatoilHydro skal oppføre seg i utlandet som diskuteres (etikken i Libya og miljøet i Canada). *Hvorvidt* selskapet overhodet bør ekspandere, er ikke et tema som berøres i særlig grad. Det er nesten bare på debattsidene at denne rammen utfordres direkte, selv om debatten rundt Aserbajdsjan også var med på å stille noen grunnleggende spørsmål rundt selskapets utenlandsstrategier.

Dekningen av StatoilHydros investeringer i oljesand i Canada viser et relativt ensidig negativt fokus på miljøkonsekvensene. Oljesandoppkjøpet er den mest problematiserte av alle saker, ifølge innholdsanalysen. Alle argumentene som industrien forsøker å fremme

gjennom sin *bærekraftighetsramme* (Ihlen, 2007: kapittel 5) pulveriseres her i møte med kilder fra miljøbevegelsen. Også toneangivende norske politikere kritiserer investeringen. I dette tilfellet er det svært vanskelig å se at noen av de seks rammene i hovedanalysen er relevante, kanskje bortsett fra *risikorammen*. Industrien forsøker å argumentere med *foregangslandsrammen* for å vise at StatoilHydro kan utvinne oljesand "mer bærekraftig" enn andre. Men denne rammen har så å si ingen resonans i avisene som er med i mitt utvalg.

I Libya-saken hadde pressen også et ganske ensidig negativt fokus, selv om den totale dekningen ikke var like problematiserende som i oljesanddekningen. Grunnen til dette er at fokuset relativt raskt vendte seg vekk fra det som faktisk hadde skjedd i Libya og over til en maktkamp mellom Lund og Reiten i Norge. Her ble det igjen tatt i bruk en mer generell *konkurranseramme* og saken ble tolket som en del av en maktkamp mellom Statoil og Hydro. Et slikt personfokus innen næringslivsjournalistikken påpekes i den siste maktutredningen (NOU, 2003:19: 50), og en stor del av dekningen av denne saken dreide seg om personkamp. Slik journalistikk er enklere og billigere enn den for eksempel *DN* bedrev da de klarte å grave frem historien bak saken. Her er det nærliggende å trekke paralleller til dekningen i kjølvannet av beslutningen om å slå sammen Statoil og Hydro. Mange spalteter gikk med til å beskrive navnestriden (*konkurranserammen*), noe som åpenbart gikk på bekostning av drøfting av de omfattende konsekvensene sammenslåingen har fått og får.

Når det gjelder Venezuela og nasjonaliseringen der, viser innholdsanalysen at svært lite av dekningen problematiserer StatoilHydros tilstedeværelse. Her settes det aller meste inn i en kontekst av ressursnasjonalisme, og Venezuela presenteres i stor grad som en motstander som strammer inn og gjør livet surt for StatoilHydro. Tematisk er kanskje *politiseringsrammen* relevant her, men denne saken dreier seg i større grad om vertslandets politikk. *Ringvirkningsrammen* er mest relevant for saksområdet Sjøtokman fordi StatoilHydros andre investeringsland ligger lengre unna Norge. Men det har vært et generelt argument fra industriens side at det er et gode for norsk økonomi at store aktører som StatoilHydro "baner vei" for norske leverandørbedrifter, både i Angola, Brasil og andre steder. Sånn sett er rammen aktuell også innefor andre saksområder.

I Sjøtokman-saken konkluderte jeg med at pressens kommuniserte virkelighetsbilde i nokså stor grad sammenfaller med industriens virkelighetsbilde. I den bredere dekningen av StatoilHydros utenlandsvirksomhet tror jeg pressedekningen er mer i opposisjon og konflikt til industriens tolkningsrammer. *Eventyrrammen* og generelt lite grunnleggende debatt rundt hvorvidt selskapet i det hele tatt bør satse utenlands, gjør likevel at svært lite av dekningen utfordrer industriens virkelighetsbilde på det mest grunnleggende plan.



## **7. KONKLUSJONER: REDUSERT JOURNALISTISK MAKT?**

I denne oppgaven har jeg gjort rede for *hvordan norsk presse dekker StatoilHydros utenlandsengasjement* og sett dette i lys av diskusjonen rundt journalistisk makt. Problemstillingen har jeg nærmet meg på tre ulike måter: Først med en kvantitativ innholds- og kildeanalyse, så med en mediesosiologisk tilnærming gjennom intervjuer, og til slutt med en kvalitativ tekstanalyse med rammebegrepet som utgangspunkt. Her oppsummerer jeg først de tre analysedelene hver for seg. Så ser jeg på sammenhengen mellom analysene i et videre maktperspektiv. Til slutt foreslås relevante forskningstema.

### **Oppsummering av tre analysedeler**

Den første analysedelen (kapittel 4) viser at pressedekningen av StatoilHydros engasjement i utlandet, slik den fremstår i seks utvalgte dagsaviser i 2007, er bred og nokså omfattende. Selskapets engasjement i rundt 20 land er dekket i alt fra små notiser til nyhetskommentarer og større artikler (N=568). *DN* leder an, men *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* følger også selskapets utenlandsstrategier nokså tett. Tabloidene er mindre interesserte. Kvaliteten på journalistikken er varierende. Nesten 30 prosent av nyhetsdekningen (nyhetsartikler og notiser) baserer seg kun på én kilde (tabell 13). Kun ca. 15 prosent av nyhetsdekningen kan regnes som selvstendig journalistikk (tabell 14). Særlig i *Aftenposten* og *Stavanger Aftenblad* er det StatoilHydro som brukes som eneste eller dominerende kilde (tabell 15). Et lite utvalg kilder blir brukt ofte (kilderesirkulering), og alternative kilder, som NGO-er, miljøbevegelser, fagbevegelser eller ikke-vestlige kilder, blir svært lite brukt (tabell 12 og 26). Etter mitt syn forverres dette bildet av at utenlandsengasjementet problematiseres mindre i sakene der StatoilHydro dominerer som kilde (tabell 16). Dette samt den generelt ensidige kildebruken utgjør etter mitt syn et faremoment for journalistikkens uavhengighet. Samtidig er det en tendens til at sakene vinkles negativt (tabell 8), og det trykkes en god del problematiserende nyheter (tabell 11). Dette skyldes i stor grad kritiske saksområder som Libya-saken og oljesanden i Canada.

I den andre analysedelen (kapittel 5) brukte jeg kvalitative intervjuer for å beskrive de fysiske, sosiale og kulturelle arenaene som produksjonen av journalistikken om StatoilHydros utenlandsengasjement kan studeres innenfor. På den fysiske arena gjør

ekspansjon av virksomhet til stadig flere land det vanskeligere for journalistene å finne alternative kilder og ha gode kunnskaper om lokale forhold. Det kan gjøre journalistene mer avhengig av StatoilHydro som kilde. I tillegg kommer praktiske og ressursmessige problemer som vanskeligere tilgang til informasjon (mangel på åpenhet og offentlighetslov i landene der StatoilHydro investerer, språkforskjeller etc.), og fysisk tilgjengelighet (tilgang til anlegg, journalistvisum etc.). Mine informanter nevner også problematiske sider ved arrangerte utenlandsturer (avhengighet til arrangøren etc.) og båndene mellom kilde og journalist på den sosiale arena (konvergens mellom journalistrolle og informasjonsarbeider, og små miljøer både i oljebyen Stavanger og i norske miljøer for eksempel i Moskva). Konvergensen oppfattes som både positiv og negativ for journalistenes forhandlingsposisjon. På den kulturelle arena kan tette bånd mellom politikere, byråkratiet og oljebransjen, og det at utenlandssatsningen er gjort til offisiell norsk politikk, vanskeliggjøre en kritisk dekning. Men det finnes også prosesser som bidrar til åpenhet, for eksempel StatoilHydros informasjonsforpliktelser via børsen og journalistenes mulighet til å bruke nyhetsbyråer, utenlandske kolleger og andre internettressurser.

I den tredje analysedelen (kapittel 6) drøftet jeg hvordan pressen forholder seg til oljebransjens egne tolkningsrammer. Spørsmålet var om de adopterte, modellerte eller var i opposisjon til bransjens virkelighetssyn når det gjelder utenlandsengasjementet. Analysen av Sjtokman-dekningen viste at pressen videreførte, gjennom sine nyhetsrammer, mange av de tolkningsrammene og argumentasjonsrekkene som industrien selv bruker for å fremme sine interesser (for eksempel gjennom *ringvirkningsrammen*, *foregangslandsrammen* og *eventyrrammen*). Men pressen etablerer også egne forståelser av virkeligheten gjennom mer klassiske nyhetsrammer (som *konkurranserammen*) og nyhetsverdier (som konflikt). Sjtokman-saken er ikke nødvendigvis representativ for den generelle dekningen, men poenget med caseanalysen var å vise utfordringen for journalistikken når det er stort sammenfall mellom industriens egen agenda og journalistikkens nyhetsrammer.

### **Sammenhengen mellom analysene**

De tre analysene gir til sammen en bred beskrivelse av *hvordan norsk presse dekker StatoilHydros utenlandsengasjement*. Sammenhengen mellom analysene kan oppsummeres i et internasjonaliseringsperspektiv. I min oppgave kommer dette perspektivet særlig til uttrykk gjennom beskrivelsene av forhandlingen om kontroll mellom kilde og journalist.

På bakgrunn av oppgavens funn vil jeg påstå at internasjonaliseringen av StatoilHydros virksomhet utfordrer journalistikken og er med på å redusere den journalistiske makten. Jeg en tendens til at den globaliserte økonomiske makten, i mitt

tilfelle representert ved StatoilHydro, på flere måter blir mer i stand til å unndra seg offentlighetens blikk. Dette er i tråd med Slaatta (2001) sin argumentasjon om de nye transnasjonale utfordringene for journalistikken. Virksomheten er ikke bare lengre borte, den er også mer sammensatt og dermed vanskeligere å beskrive enn den aktiviteten vi er vant med "hjemmefra" (ibid.: 139). Min analyse viser også at journalistene utfordres på flere arenaer, og maktgapet mellom dem med mye kunnskap (industrien, selskapet) og dem med mindre kunnskap (pressen, befolkningen) blir dermed større (Entman, 1993). Dette er også i tråd med Dan Schiller (1986) sin påstand om at vi ser en maktforskyvning til begunstiggelse for kildene når informasjonsflyten fra "styrerommene" er omfattende og profesjonalisert. Pressen blir på denne måten mer avhengig av StatoilHydro som kilde, og slik jeg ser det, bidrar alle disse forholdene til redusert journalistisk makt. Det er særlig fordi den journalistiske makten er helt avhengig av pressens uavhengighet og i hvilken grad den økonomiske makten, altså StatoilHydro, lar seg kikke i kortene (Slaatta, 2001: 139).

Globalisering innebærer også at makt er i bevegelse, og Slaatta beskriver det han mener er en forsyvning av makt fra den politiske til den økonomiske sfæren (ibid.). Internasjonaliseringen innebærer derfor også mindre politisk kontroll, noe delprivatiseringen og børsnoteringen av Statoil(Hydro) er eksempler på. Mindre politisk kontroll betyr for eksempel færre potensielle kilder og færre muligheter til å bruke Offentlighetsloven. Dette er igjen med på å redusere medienes muligheter for kontroll og dermed den journalistiske makten.

Rammeanalysen av Sjtokman underbygger teorien om den reduserte journalistiske makten i møte med den globaliserte økonomiske makten. I Sjtokman-dekningen ligger pressens måter å presentere virkeligheten på, tett opptil industriens virkelighetsbilde. Jeg kan selvsagt ikke konkludere med at pressen er påvirket direkte av industriens omdømmearbeid eller i møte med kilder fra StatoilHydro. Men med Sigurd Allerns ord ser jeg en tendens til at pressen har akseptert "de tolkningsrammene som faller naturlig for samfunnspolitiske og økonomiske elitesjikt og eksperter" (Allern, 2001a: 54). Sjtokman-saken ses "gjennom brillene" til oljebransjen og applauderende politikere. Dette kan være nettopp et resultat av at pressen avhenger av selskapets informasjon og ikke har ressurser eller evne til å drive selvstendig journalistikk.

Så langt har jeg argumentert for at StatoilHydros internasjonalisering av virksomhet svekker den journalistiske makten. Men det er samtidig prosesser og forhold som virker i retning mer åpenhet og større journalistisk makt. Eksempler på dette er børsens informasjonsplikt og en globalisert medie verden der informasjon flyter raskere og lettere,

for eksempel via internasjonale nyhetsbyrå. Nye og alternative kilder etableres også gjennom globaliseringsinitiativ som Extractive Industriens Transparency Initiative (EITI), Transparency International og NGO-er. Dekningen av utenlandsengasjementet, slik den beskrives i mine analyser, er dessuten nokså bred og omfattende – og til dels negativt vinklet. Den innebærer også gode eksempler på selvstendig journalistikk, som *DNs* SKUP-nominerte sak om Libya-agenten (Sundnes og Løvås, 2007). I rammeanalysen så vi også at Sjtokman-saken ikke nødvendigvis er representativ for den bredere dekningen. Journalistikken makter også å etablere egne virkelighetsforståelser gjennom egne nyhetsrammer og -verdier. De siste årene har vi dessuten sett flere eksempler på at journalistikken kan ha vært med på å felle Statoil(Hydro)s styreledere, for eksempel Olav Fjell etter Horton-saken og Eivind Reiten i Libya-saken. Også det at for eksempel *Stavanger Aftenblad* nylig har utvidet energiredaksjonen, tyder på at dette kan være et journalistisk felt som vokser og blir prioritert, selv i nedskjæringstider. Alle disse forholdene er med på å øke den journalistiske makten og styrke journalistenes forhandlingsposisjon i møte med StatoilHydro.

Hva kan pressen gjøre for å opprettholde den journalistiske makten også i møte med StatoilHydro's internasjonaliseringsprosesser? Forskere peker "alltid" på at det trengs mer ressurser. Jeg mener det er særlig viktig at pressen opparbeider seg globale kildenettverk og bruker kilder som EITI, Transparency International, Norwatch, NGO-er og børsmyndigheter. Man må også utnytte potensialet som ligger i initiativ som Publish What You Pay, og muligheten til innsyn i korrespondanse mellom det offentlige og StatoilHydro. Informantene understreker også betydningen av å reise for å få førstehånds kunnskap til virksomheten og for å opparbeide lokale kilder. Man bør gjennomgående bli mer bevisst på å oppsøke ikke-vestlige og kvinnelige kilder, som i dag nesten ikke brukes (jfr. kildeanalysen). En god dialog med StatoilHydro, også utenfor informasjonsavdelingen, er også nødvendig. StatoilHydro ønsker en debatt tuftet på fakta, ikke følelser, slik det fremkommer i informantintervjuene. Dette er noe journalistikken også bør etterstrebe. Derfor bør man kanskje i større grad enn i dag også sette spørsmålstegn ved andre aktørers agenda, enten det gjelder NGO-er, andre oljeselskaper eller miljøbevegelsen.

### **Forslag til videre forskning**

Dersom jeg hadde gjort andre valg i prosessen frem mot en ferdig masteroppgave, ville den sett annerledes ut. Disse erfaringene vil jeg bruke til å foreslå videre forskning. For det første baserer jeg meg i stor grad på datamateriale fra kun ett år. Det betyr at jeg ikke har grunnlag for å si noe om utvikling. Oppgaven kunne blitt mer historisk orientert hvis jeg

hadde sammenliknet flere tidsperioder, og det hadde derfor vært interessant å følge opp mine undersøkelser med liknende studier i tiden fremover. Endres dekningen etter hvert som StatoilHydro får flere operatørskap utenlands? I mitt materiale var det lite miljøfokus og få miljøkilder, unntatt i saken om oljesand i Canada. En interessant hypotese er at det vil bli mer fokus på klima på grunn av økende bevissthet i opinionen. På den andre siden kan den voksende finanskrisen kanskje bidra til å gjøre miljøfokus i oljedekningen mindre.

Jeg har valg å nærme meg dekningen med et særlig fokus på forholdet mellom kilde og journalist, men et annet relevant fokus er det politiske spillet. Oljebransjen er svært politisk og mange forskere har forsøkt å beskrive samspillet mellom politikere, byråkratiet og bransjen. Men det er mye som mangler for å få en bred forståelse av møtepunktet mellom næringsliv og politikk (jfr. Østerud, Engelstad og Selle, 2003). Et relevant spørsmål for videre forskning er om det er vanskeligere for pressen å dekke områder hvor det er relativt stor politisk konsensus, som i oljeindustriens utenlandssatsning, slik jeg antyder i denne oppgaven. (Se også for eksempel Hallin (1986) om Vietnam-krigen og politisk konsensus.)

I denne oppgaven har jeg hatt et noe snevert fokus på StatoilHydro. Det finnes imidlertid mange grunner til også å se nærmere på den stadig voksende underskogen av norske leverandører og mindre oljeselskaper som gjør det relativt godt i utlandet, også i svært "problematiske" områder (se for eksempel Økonomisk rapport 14. august 2008 eller Konkraft, 2008). Det står lite om disse bedriftene i norske medier – hvorfor er det slik?

Helt til slutt vil jeg tilbake til Schiller (1986) sin påstand om at pressens rolle som den fjerde statsmakt undermineres like mye av bedriftsinteresser som av det politiske systemet. Det blir stadig vanskeligere å levere selvstendige journalistiske bidrag i møte med den profesjonalisert private sektors informasjonsarbeid (Schiller, 1986: 31). Det er på tide å vie det norske næringslivets rolle og påvirkningskraft i nyhetssystemet større oppmerksomhet.

# NOTER

- <sup>1</sup> StatoilHydro ble formelt ett selskap først høsten 2007, mens mitt datamateriale er fra hele 2007. Fra desember 2006 var det imidlertid klart at Statoil og Hydros olje- og gassvirksomhet kom til å slå seg sammen. Pressen bruker navene Statoil, Hydro og StatoilHydro (noen bruker også Statoil-Hydro) om hverandre frem til da. Jeg har valgt å bruke navnet StatoilHydro gjennom hele oppgaven, men presisere hvilket av selskapene det er snakk om i tiden før den formelle sammenslåingen, der det er relevant. Høsten 2008 blusset imidlertid navnedebatten opp igjen, og det kan se ut som om selskapet vil gå tilbake til det gamle Statoil-navnet.
- <sup>2</sup> StatoilHydro står på en liste over selskaper som er forhåndskvalifisert for å komme med bud når det legges ut blokker. Sommeren 2008 ble de første blokkene lagt ut, men det er foreløpig usikkert hva StatoilHydro vil gjøre (se for eksempel *NTB*, 30. juni 2008).
- <sup>3</sup> I metodekapitlet operasjonaliserer denne teorien, derfor gis det her bare et kort innblikk i hvilken tradisjon jeg bygger på.
- <sup>4</sup> Et motargument er imidlertid at i dag overføres de fleste pressekonferanser, stortingsdebatter etc. på internett. Det kan gjøre at alle journalister, også krimreportere og politiske journalister, sitter mer i redaksjonen.
- <sup>5</sup> Se innholdsanalysen i kapittel 4.1. for mer informasjon.
- <sup>6</sup> Det har kommet kritikk mot denne kritikken: Journalister bør snakke med de som har makt, og de mest nyhetsverdige representerer dermed makt, penger, sterk organisatorisk innflytelse (Lindh, 1984 sitert i Allern, 1997: 80). Allern mener det likevel er grunn til å sette spørsmålstegn ved at en relativt liten gruppe kilder resirkuleres og brukes ofte, han mener eliteorientering like gjerne kan være et uttrykk for mikrofonstativjournalistikk (Allern, 1997: 80).
- <sup>7</sup> Informasjon gitt av informasjonssjef Kjersti Tvedt Morstøl i intervju 5. september.
- <sup>8</sup> Med "stoff" menes trolig alt fra informasjonssubsidier som pressemeldinger til reklame, årsrapporter, sponsede eventer etc..
- <sup>9</sup> Hvordan kjerneramme og -posisjon konstitueres kommer tydelig frem i underkapittel 3.3. i det følgende metodekapitlet, der rammebegrepet operasjonaliseres.
- <sup>10</sup> *Nordlys* var opprinnelig ikke en del av oppgaven, men ble inkludert i analysen da jeg valgte å satse på Sjøtokman som case for rammeanalysen.
- <sup>11</sup> Weisser-Svendsen (2007) analyserte *Aftenposten*, *DN*, *Nordlys* og *Klassekampen*. Det gis ingen begrunnelse for hvorfor *Dagbladet* og *VG* utelates.
- <sup>12</sup> *Klassekampen* hadde i 2007 i overkant av 11.000 i opplag. *Aftenposten* hadde 250.000, *VG* nesten 310.000, *Dagbladet* rundt 136.000, *DN* 81.000, *Stavanger Aftenblad* 68.000 og *Nordlys* 28.000 (Medieregisteret, 2008).
- <sup>13</sup> *Finansavisen* hadde i 2007 i overkant av 24.000 i opplag (Medieregisteret, 2008).
- <sup>14</sup> Av 166 saker om Sjøtokman i hele 2007, er 75 av sakene trykket 13. juli, 26. eller 27. oktober, se komplett artikkeloversikt i vedlegg 5.
- <sup>15</sup> Atekst er en del av Retriever-gruppen, som er Nordens største leverandør av medieovervåking, arkiv og analyse på digital plattform. Retriever eies av Schibsted. Arkivet oppdateres daglig og inneholder 45 norske mediekilder, noen av dem er registrert helt tilbake til 1945 (Retriever, 2008).
- <sup>16</sup> Flere og flere aviser legger nå ut også pdf-utgaven av siden der saken sto trykket, på Atekst. Da blir det enklere å bruke Atekst også når man trenger mer informasjon enn selve teksten. Det er imidlertid fremdeles noen aviser som ikke legger ut pdf, for eksempel *Dagens Næringsliv*.
- <sup>17</sup> Det norskregistrerte selskapet BuyAndRead AS eier og driver nettsiden som er en bladviosk på internett som tilbyr rundt 150 norske aviser og magasiner i pdf-utgave. De tilbyr også spanske, russiske, svenske og indiske aviser og magasiner. Det meste koster penger og betales online, noe tilbys gratis (Buyandread AS, 2008).
- <sup>18</sup> Det vil si saker som får verdi 1 eller 2 på variabelen "Sakstype". De andre sakene ble holdt utenfor analysen.
- <sup>19</sup> Men i Allerns undersøkelser av Storebrand, Kulturdepartementet og Statens helsetilsyn, slår han noen steder sammen kategoriene til "artikler/notis". (Allern, 1997: kapittel 5)
- <sup>20</sup> Se teorikapittel 2.3. for utdyping av hva hver enkelt skrev masteroppgave om.
- <sup>21</sup> Se intervjuer i neste analysekapittel (kapittel 5) og utskrift av intervjuer i vedlegg 2. Dette forholdet gjenspeiler nok også at norsk sokkel fremdeles er det viktigste virksomhetsområdet og den mest innbringende delen av virksomheten, slik vi har vært inne på tidligere.
- <sup>22</sup> Eksempler på saker som faller inn under kategorien "Annet", er den tidligere korrupsjonssaken fra Iran (Horton-saken) og investeringer i den amerikanske delen av Mexicogolfen, Algerie, Angola, Brasil, Nigeria og Tanzania. Ellers er det skrevet noe om StatoilHydros engasjement eller mulige engasjement i Indonesia, Færøyene, Storbritannia, den meksikanske delen av Mexicogolfen, Kambodsja, Jemen, India og Kasakhstan. Dette er stort sett notisstoff, men det står for nesten 28 prosent av det totale antallet registrerte artikler, uavhengig av teksttype. Det viser at deknningen er relativt bred også utover de fire-fem største sakene i 2007.
- <sup>23</sup> Selv om Aserbajdsjan-dokumentaren er listet som det femte største saksområdet i 2007, finnes det flere saksområder som har nesten like stor dekning. Et eksempel er investeringene i Mexicogolfen. Det er derfor noe misvisende å ha Aserbajdsjan med som en av de fem største enkeltsakene i 2007.
- <sup>24</sup> Dette innlegget er forfattet av informasjonssjefen for den internasjonale virksomheten, Kjersti Tvedt Morstøl. Hun tilbakeviser anklager i forbindelse med StatoilHydros engasjement i Tanzania og retter faktaopplysninger i en sak i *Stavanger Aftenblad*.
- <sup>25</sup> Vi ser da bort ifra de 38 kildene hvor det var uklart hvilket kjønn det var snakk om (anonyme kilder etc.).
- <sup>26</sup> Se metodedelen underkapittel 3.2. og variabler til kildeanalysen for definisjon av vestlig og ikke-vestlig.
- <sup>27</sup> Denne kategorien samler opp kilder hvor kildens opprinnelse var ukjent eller vanskelig å definere.
- <sup>28</sup> En sak var så vanskelig å definere at de ble holdt utenfor statistikken. Det er årsaken til at N ikke stemmer her.
- <sup>29</sup> En sak var så vanskelig å definere at de ble holdt utenfor statistikken. Det er årsaken til at N ikke stemmer her.
- <sup>30</sup> En sak var så vanskelig å definere at de ble holdt utenfor statistikken. Det er årsaken til at N ikke stemmer her.
- <sup>31</sup> Her skiller private selskaper, som StatoilHydro, seg noe fra offentlige etater. For eksempel i politietaten er det enklere å få fatt i personer på alle plan av organisasjonen, blant annet på grunn av hyppigere møter på newsbeat (Ericson, Baranek og Chan, 1989: 276). Dette er imidlertid i ferd med å endre seg fordi stadig flere offentlige etater sluser mediehenvendelser gjennom mediekontakter (se for eksempel det svenske politiet og etater som Utlendingsdirektoratet (UDI), Politidirektoratet etc., der man konsekvent henvises til mediekontakten).

- <sup>32</sup> To granskningsrapporter om Libya-saken, en fra Hydro og en fra StatoilHydro, ble lagt frem i oktober 2008. Begge konkluderer med at utbetalingene til den libyske agenten er i strid med selskapets etiske regelverk (se for eksempel *Dagens Næringsliv*, 8. oktober 2008)
- <sup>33</sup> 400 meldinger er snittet for antall pressemeldinger i året for Statoil de siste årene før de slo seg sammen med Hydro. Det er fremdeles uklart hvor mye nye StatoilHydro kommuniserer via pressemeldinger, men frem til midten av november 2008 hadde det gått ut 204 meldinger på hjemmesiden til selskapet (StatoilHydro, 2008b). Selskapet opplyser at de ikke har oversikt over hvor stor andel av disse meldingene som resulterer i oppslag i norske medier (Tvedt Morstøl, intervju 5. september)
- <sup>34</sup> Utenriksdepartementet og Miljøverndepartementet tilbyr for eksempel reisestipend til journalister som ønsker å følge deres statsråder på utenlandsreiser. Statsrådene besøker gjerne StatoilHydro og andre norske bedrifter i utlandet, for eksempel da miljøvernminister Eirik Solheim var i Nigeria og Angola i fjor, og da statsminister Jens Stoltenberg møtte Helge Lund i Brasil i år.
- <sup>35</sup> Ifølge Tvedt Morstøl blir det gitt reisepenger til "enkelte journalister fra utviklingsland, og der vurderes hver enkelt situasjon. I fjor var det snakk om én eller to reiser. Det har vært en intern diskusjon på om vi skal stramme enda mer inn, men det er et dilemma fordi hvis vi ikke bidrar, så risikerer vi at de ikke har muligheten til å dekke det." (Tvedt Morstøl, intervju 5. september)
- <sup>36</sup> Se for eksempel *NRK Brennpunkt*s dokumentar "Spillet om oljen", som omhandler skjulte og åpne bånd mellom oljeindustrien, lobbyister, byråkrater og politikere (*NRK Brennpunkt*, 2008).
- <sup>37</sup> Slik jeg har argumentert for i metodedelens (se kapittel 3.4. i avsnittet om begrunnelse for valg av Sjøtman som case).
- <sup>38</sup> Nøyaktig fremgangsmåte og teoretisk utgangspunkt er gjennomgått i kapittel 2.2 og 3.4. I kapittel 2.2. presenteres også Ihlen's hovedfunn.
- <sup>39</sup> Se kapittel 3.4. for hvordan jeg har gått frem i rammeanalysen og vedlegg 3 for kodeark for rammeanalyse.
- <sup>40</sup> Det russiske gassfeltet staves blant annet Sjøtman eller Stockman av ulike medier, men Sjøtman er den riktige norske skrivemåten (Språkrådet, 2007). Navnet kommer fra den russiske vitenskapsmannen som ga navn til feltet. Når russiske navn transkriberes, følges de samnordiske transkripsjonsreglene, selv om navnet opprinnelig var tysk.
- <sup>41</sup> Statoil, Norsk Hydro, Total, Chevron Corporation og ConocoPhillips (Austvik, 2006: 25).
- <sup>42</sup> LNG (Liquefied natural gas) er naturgass som er gjort flytende ved hjelp av høyt trykk og lav temperatur (*Aschehoug og Gyldendals Store norske leksikon*, 2005-07).
- <sup>43</sup> Det var for øvrig tidligere Statoil-sjef Arve Johnsen som lanserte tanken om en ny "pomorsone" mellom Norge og Russland i en utredning utarbeidet for UD i 2006 (Johnsen, 2006: 17).
- <sup>44</sup> Et eksempel er kartet som brukes i hovedoppslaget i *Stavanger Aftenblad* 26. oktober.
- <sup>45</sup> Man har snarere sett et par eksempler på mer kritiske tilnæringer, for eksempel *Aftenposten*s artikkel "Stockman truer Arktis" (74), som riktignok ble skrevet lenge før det ble klart at StatoilHydro fikk innpass på Sjøtman. Ellers er ikke miljøaspektet fremtredende i Sjøtman-dekningen, slik også andre undersøkelser viser (Weisser-Svendsen, 2007).
- <sup>46</sup> Her følger en listen over artikler med trekk og argumenter fra *ringvirkningsrammen*: 381, 378, 395, 379, 367, 387, 370, 467, 486, 490, 492, 497, 498, 551, 547, 567
- <sup>47</sup> Her følger en liste over artikler med trekk og argumenter fra *ekspansjonsrammen*: 167, 165, 173, 237, 219, 387, 381, 373, 378, 389, 390, 368, 439, 497, 551, 557, 549.
- <sup>48</sup> Da konturene av *foregangslandsrammen* begynte å tre frem, fant jeg også en del momenter, som til sammen kan utgjøre en slags *orientalismsramme*. Jeg skiller den ikke ut som en egen ramme fordi den ikke er dominerende. Den er likevel interessant å se i sammenheng med *foregangslandsrammen*: Den sier akkurat det samme, men gjør det ved å definere *de andre* i stedet for oss (Eide, 2003). Dersom Norge og StatoilHydro er eksempler til etterfølgelse, må det jo finnes eksempler på hvem som *ikke* er det? Ved å definere andre som det vi ikke er, blir det tydeligere hvem eller hva StatoilHydro ønsker å representere. Russerne beskrives som ustabile og lunefulle. Konsekvensen er at det norske og det russiske lynnet passer ikke så godt sammen, og at det er vanskelig og uforutsigbart å samarbeide med dem. Ressursnasjonalismen beskrives som en ideologi som brer seg, og det er grådige karismatiske ledere som står bak (399, 183, 158, 175, 92). Russerne beskrives som "lunefulle" (390) og "selvbevisste" (497). Ifølge *Nordlys* er de "ikke et nabofolk med lua i hånden" (497), og dette knyttes opp til ressursnasjonalisme. Her får vi inntrykk av at russerne er ustabile, de beskrives som "knallharde forhandlere" (169), og "stadige kuvendinger fra russernes side" (169) gjør det vanskelig for norske aktører å forholde seg til dem. En beskrivelse som viser dette er at eneste "malurt i begeret" (387) etter kontraktssignering var, ifølge *Dagbladets* lederartikkel 26. oktober, "bekymringen for samarbeidet med russerne". Dette er som sagt ikke en dominerende nyhetsramme, dersom det overhodet kan defineres som en ramme. Kanskje kan det ses i sammenheng med tidligere pressedekning, slik Eide og Simonsen (2008) beskriver 1900-tallet.
- <sup>49</sup> Weisser-Svendsen slår imidlertid fast at også miljøbevegelsen heier på StatoilHydro i Sjøtman-løpet: "Dersom det først er bestemt at det blir utvinning av petroleum, så må Norge delta fordi få, eller ingen, kan utvinne petroleum offshore bedre enn nordmenn" (Weisser-Svendsen, 2007: 48).
- <sup>50</sup> Her følger en liste over artikler med trekk og argumenter fra *foregangslandsrammen*: 32, 138, 161, 367, 386, 378, 379, 390, 399, 477, 480, 487, 493, 497, 547, 552, 557
- <sup>51</sup> Den norske stat eier i dag ca. 65,55 prosent av StatoilHydro (StatoilHydro, 2008a), mens den russiske stat eier 50,002 prosent av Gazprom (Gazprom, 2008).
- <sup>52</sup> De formelle forhandlingene om delelinjen, som er linjen som skal dele grensen mellom Russland og Norge til sjøs, startet allerede i 1974 (Østreng og Prydz, 2007: 9). Siden den gang har partene nærmet seg, men fremdeles gjenstår det å komme til enighet for minst 25 prosent av området.
- <sup>53</sup> Norsk suverenitet på Svalbard er også et stridstema som dukker opp med jevne mellomrom, ikke minst nå de siste årene som Russland igjen har varslet økt aktivitet på øygruppen (se for eksempel *Aftenposten*, 16. desember 2007).
- <sup>54</sup> Her følger en liste over artikler med trekk og argumenter fra *politiseringsrammen*: 6, 92, 138, 169, 175, 178, 183, 219, 367, 378, 379, 390, 392, 447, 479, 480, 490, 525, 564, 557,
- <sup>55</sup> Her følger en liste over artikler med trekk og argumenter fra *risikorammen*: 163, 168, 368, 371, 380, 382, 383, 386, 384, 392, 489, 490, 495, 497, 549, 558, 560.
- <sup>56</sup> Da Statoil i 2004 inngikk en intensjonsavtale, ble konkurranseperspektivet på pressedekningen sterkere (Baumberger, 2008).
- <sup>57</sup> Her følger en liste over artikler med trekk og argumenter fra *foregangslandsrammen*: 559, 488, 374, 367, 167, 163, 25
- <sup>58</sup> Et stykke på vei er også Reiten (2007) sine rammer sammenliknbare med mine resultater, men det er vanskelig å sammenlikne resultater all den tid hennes drøftinger baserer seg på få artikler, og de er utelukkende om Angola.





## REFERANSELISTE

- Aftenposten*, 16. desember 2007: "Moskva trapper opp på Svalbard".
- Akramovsky, Vladimir (2007): "New moves on the chess board". I: *Oil of Russia*, no. 1/2007. URL: <http://www.oilru.com/or/30/573/> [Lesedato 16. november 2008]
- Allern, Sigurd (1997): *Når kildene byr opp til dans: søkelys på PR-byråene og journalistikken*. Oslo: Pax.
- Allern, Sigurd (2001a): *Flokkdyr på løvebakken? Søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax.
- Allern, Sigurd (2001b): *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Aschehoug og Gyldendals Store norske leksikon*, 4. utgave, 2005-07. URL: [www.snl.no](http://www.snl.no) [Lesedato 16. november 2008]
- Austvik, Ole Gunnar (2006): "Oil and gas in the high north – a perspective from Norway". I: *Den norske Atlanterhavskomite nr. 4/2006*. Flekkefjord: Helgeland trykkeri AS.
- Baumberger, Berit E. (2008): "Norsk petroleumsjournalistikk, en komparativ studie", semesteroppgave våren 2008, JOUR 4699 (selvvalgt emne), Universitetet i Oslo.
- BuyAndRead AS (2008): "Om BuyAndRead". <https://www.buyandread.com/mediaport/about.htm> [Lesedato 12. november 2008]
- Claes, Dag Harald (2001): *The politics of oil-producer cooperation*. Oxford: Westview Press, Perseus Books Group
- Claes, Dag Harald (2003): "Globalisation and State Oil Companies: the Case of Statoil". I: *Journal of Energy and Development* 29(1).
- Dagens Næringsliv*, 20. juli 2007: "Politisk butikk".
- Dagens Næringsliv*, 23. oktober 2007: "På salgsjobb for StatoilHydro".
- Dagens Næringsliv*, 26. oktober 2007: "Vant etter 18 år",
- Dagens Næringsliv*, 12. august 2008: "Oljesand i maskineriet".
- Dagens Næringsliv*, 8. oktober 2008: "To versjoner".
- Eide, Elisabeth (red.) (2000): *Narrespeil: Kjønn, sex og medier*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Eide, Elisabeth (2002): "Down there" and "Up here" – "Europe's Others" in *Norwegian Feature Stories*, Oslo: Unipub forlag.
- Eide, Elisabeth og Anne Hege Simonsen (2008): *Verden skapes hjemmefra: pressedekningen av den ikke-vestlige verden 1902-2002*. Oslo: Unipub.
- Eide, Martin og Gudmund Hernes (1987): *Død og Pine! Om massemedia og helsepolitikk*, Fafo-rapport 073. Oslo: A.s John Grieg.
- Eide, Martin (red.) (2001): *Til dagsorden! Journalistikk makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". I: *Journal of Communication* 43 (4), Autumn.
- Entman, Robert M. (2004): *Projections of power, framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. London: The University of Chicago Press.
- Ericson, Richard V., Patricia M. Baranek og Janet B. L. Chan (1987): *Vizualizing Deviance*, Milton Keynes: Open University Press.
- Ericson, Richard V., Patricia M. Baranek og Janet B. L. Chan (1989): *Negotiating Control. A study of News Sources*, Milton Keynes: Open University Press.

- Fafo-notat 2007:19: "Forutsetninger for olje- og gassvirksomhet i Nord Norge", del av Konkrafts prosjekt "Nordnorsk nærings- og arbeidsliv med olje og gass".
- Fafo-rapport 2007:36: "Varsel om vekst? Fremtidsbilder av olje- og gassvirksomheten i Nord Norge", Allkopi AS.
- Gans, Herbert J. (1979): *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- Gazprom (2008): "OAO Gazprom – global energy company". URL: <http://www.gazprom.com/eng/articles/article8511.shtml> [Lesedato 16. november 2008]
- Grafström, Maria og Josef Pallas (2007): "The Negotiation of Business News". I: Peter Kjær og Tore Slaatta: *Mediating business. The expansion of business journalism*. København: Copenhagen business school press.
- Hallin, Daniel C. (1986): *The uncensored war. The media and Vietnam*. Oxford University Press.
- Hansen, Asle (2008): "Oljemarerittet" URL: <http://www.skup.no/Metoderapporter/2006/44 - Oljemarerittet.doc> [Lesedato 18. november]
- Heum, Per, Eirik Vatne og Frode Kristiansen (2006), "Petrorettet næringsliv i Norge: tiltakende internasjonalisering og global tilstedeværelse", SNF-artikkel A37/06.
- Ihlen, Øyvind (2007): *Petroleumsparadiset – Norsk oljeindustriens strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Unipub forlag.
- Intsok (2008): "Om INTSOK" URL: <http://www.intsok.no/About-INTSOK/> [Lesedato 19. november 2008]
- Johannessen, Asbjørn (2004): *Introduksjon til SPSS. Andre utgave*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Johnsen, Arve (2008): *Norges evige rikdom. Oljen, gassen og petrokronene*. Oslo: Aschehoug.
- Johnsen, Arve (2006): *Barents 2020. Et virkemiddel for en fremtidsrettet nordområdepolitikk*. Rapport utarbeidet på oppdrag av Utenriksdepartementet. URL: [www.aksjonsprogrammet.no/vedlegg/Barents%202020.pdf](http://www.aksjonsprogrammet.no/vedlegg/Barents%202020.pdf) [Lesedato 16. November 2008]
- Jorde, Sigurd (red.) (2006): *Oljespill. Jakten på Afrikas svarte gull*. Solidaritet forlag og Fellesrådet for Afrika, PDC Tangen.
- Journalisten.no*, 25. mai 2008: "Statoil inviterte ikke NTB og TV 2". URL: <http://www.journalisten.no/story/46705> [Lesedato 16. november 2008]
- Kjær, Peter og Tore Slaatta (2007): *Mediating business. The expansion of business journalism*. København: Copenhagen business school press.
- Konkraft (2008): "Internasjonalisering", Konkraft-rapport nr. 4. URL: [http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/dok/rapporter\\_planer/rapporter/2008/konkraft-rapport-4-2.html?id=524844](http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/dok/rapporter_planer/rapporter/2008/konkraft-rapport-4-2.html?id=524844) [Lesedato: 16. november 2008]
- Kristoffersen, Berit (2007): "Spaces of competitive power". Masteroppgave i samfunnsgeografi, Oslo, Universitetet i Oslo.
- Mathiesen, Thomas (2002): *Makt og medier. En innføring i mediesosiologi*. Oslo: Pax Forlag.
- Medieregisteret (2008): URL: [www.medieregisteret.no](http://www.medieregisteret.no) [Lesedato 16. november 2008]
- Moe, Arild (2006): "Sjokkman-beslutningen: Forklaringer og implikasjoner", NUPI - Nordisk Øst forum, 20 [4] URL: <http://www.fni.no/doc&pdf/am-nof-2006.pdf> [Lesedato 16. november 2008]
- Noreng, Øystein (2007): "Statoil ut i verden". I: Dagens Næringsliv 25. mai 2007, kronikk.
- Norwatch (2008): "Hva er Norwatch?" <http://www.norwatch.no/hva-er-norwatch.html> [Lesedato 16. november 2008]
- NOU 2003: 19: "Makt og demokrati. Sluttrapport fra Makt- og demokratiutredningen", utredning fra en forskergruppe oppnevnt ved kongelig resolusjon 13. mars 1998, Oslo. URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/NOUer/2003/NOU-2003-019.html?id=118893> [Lesedato 16. november 2008]

- NOU 2003: 32: "Mot nord! Utfordringer og muligheter i nordområdene", ekspertutvalg for nordområdene nedsatt av Regjeringen 3. mars 2003, Oslo. URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/NOU-er/2003/NOU-2003-32.html?id=149022> [Lesedato 16. november 2008]
- NRK Brennpunkt, 2008: "Spillet om oljen", dokumentar laget av Brennpunkt-redaksjonen, først vist på NRK 1 22. april 2008.
- NTB, 25. oktober 2008: "Lund vil flytte grenser".
- NTB, 20. juni 2008: "Irak åpner seks oljefelt for anbud".
- NTB, 30. juni 2008: "Irak åpner seks oljefelt for anbud".
- Oljedirektoratet (2008): "Faktaheftet 2008. Norsk petroleumsvirksomhet", 07 Gruppen AS URL: [http://www.npd.no/NR/rdonlyres/1BAD7AFD-4BBF-4F28-9291-CEA57300F234/17590/Innmat\\_fakta2008\\_netts\\_ny.pdf](http://www.npd.no/NR/rdonlyres/1BAD7AFD-4BBF-4F28-9291-CEA57300F234/17590/Innmat_fakta2008_netts_ny.pdf) [Lesedato 16. november 2008]
- Olje- og energidepartementet (2007): "StatoilHydro ASA" (om eierskapspolitikk) URL: [http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/tema/Statlig\\_engasjement\\_i\\_petroleumsvirksomh/statoil-asa.html?id=444383](http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/tema/Statlig_engasjement_i_petroleumsvirksomh/statoil-asa.html?id=444383) [Lesedato 16. november 2008]
- Ottosen, Rune og Krumsvik, Arne H. (red.) (2008): *Journalistikk i en digital hverdag*. Kristiansand: Høyskoleforlaget/IJ.
- Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy Jr. og August E. Grant (2003): *Framing Public Life – Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Reiten, Kristin (2007): "Nytt norsk oljeeventyr i Afrika". Hovedoppgave i medievitenskap, Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon – Universitetet i Oslo.
- Retriever (2008): About Retriever. URL: [http://www.retriever-info.com/about\\_us.php?section=about&subsection=1&lang=en](http://www.retriever-info.com/about_us.php?section=about&subsection=1&lang=en) [Lesedato 16. November 2008]
- Ringdal, Kristen (2001): *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 1. utgave, 2. opplag. Polen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Ryggvik, Helge og Ole Andreas H. Engen (2005) "Den skjulte dagsorden, rammer for en alternativ oljepolitikk", rapport utarbeidet av SAFE URL: [www.safe.no/dokumenter/ACF2E60.pdf](http://www.safe.no/dokumenter/ACF2E60.pdf) [Lesedato 16. november 2008]
- Schiller, Dan (1986): "Transformation of news in the US information market". I: Peter Golding, Graham Murdock og Philip Schlesinger (red.): *Communicating politics. Mass communication and the political process*. New York: Leicester University Press.
- Slaatta, Tore og Gunnar Sæbø (1997): "Makten og Hernes – i evighet. Maktutredningens medieforskning i et faghistorisk perspektiv". I: Norsk Medietidsskrift nummer 1, 1997.
- Slaatta, Tore (2001): "Journalistikkens makt i den globale tidsalder". I: Martin Eide (red.): *Til dagsorden! Journalistikk makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Slaatta, Tore (2003): *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Makt og demokratiutredningen 1998–2003. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Slaatta, Tore (2007): "The Nordic Business Press and the New Field of Business Journalism (1960–2005)". I: Peter Kjær og Tore Slaatta (red.) *Mediating business. The expansion of business journalism*. København, Copenhagen business school press.
- Soria Moria-erklæringen (2005): Plattform for regjeringssamarbeidet mellom Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet 2005-09  
[http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/dok/rapporter\\_planer/Rapporter/2005/Soria-Moria-erklaringen.html?id=438515](http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/dok/rapporter_planer/Rapporter/2005/Soria-Moria-erklaringen.html?id=438515) [Lesedato 12. november 2008]
- Språkrådet (2007): "Sjtokman er navnet". URL: <http://sprakradet.no/nb-no/Toppmeny/Aktuelt/Sjtokman-er-navnet/> [Lesedato 16. november 2008]
- StatoilHydro (2007a): Årsrapport 2007: *Sterkere sammen*. URL: [http://www.statoilhydro.com/no/InvestorCentre/AnnualReport/2007/Downloads/2007\\_Aarsrapport.pdf](http://www.statoilhydro.com/no/InvestorCentre/AnnualReport/2007/Downloads/2007_Aarsrapport.pdf) [Lesedato: 16. november]

- StatoilHydro (2007b): Bærekraftsrapport 2007: *Mot nord. Bærekraftig utvikling i 2007*. URL: <http://www.statoilhydro.com/no/EnvironmentSociety/Sustainability/2007/Downloads/Papirrapport.pdf> [Lesedato 16. november 2008]
- StatoilHydro (2008a): "Selskapets største aksjonærer". URL: <http://www.statoilhydro.com/no/InvestorCentre/Share/Shareholders/Top20/Pages/default.aspx> [Lesedato 16. november].
- StatoilHydro (2008b): "Nyheter" (side der pressemeldinger legges ut). URL: <http://www.statoilhydro.com/no/newsandmedia/news/pages/filterdate.aspx?k=%20sitetitle:%20Nyheter%202008%22&key=&sort2=wcwinitiallypublisheddate&c1=200> [Lesedato 16. november 2008].
- StatoilHydro (2008c): "Russland". URL: <http://www.statoilhydro.com/no/AboutStatoilHydro/Worldwide/Russia/Pages/default.aspx> [Lesedato 16. november 2008]
- Statsbudsjettet (2008): kapittel 1832, post 70 - Tilskudd til Intsok, brev av 20. desember 2007 [http://www.regjeringen.no/Upload/OED/Vedlegg/Tildelingsbrev/Tilskuddsbrev til Intsok for 2008.pdf](http://www.regjeringen.no/Upload/OED/Vedlegg/Tildelingsbrev/Tilskuddsbrev%20til%20Intsok%20for%202008.pdf) [Lesedato 16. november 2008]
- Stortingsmelding 39 (1999-2000) "Olje- og gassvirksomheten", <http://www.regjeringen.no/nb/dep/oed/dok/regpubl/stmeld/19992000/Stmeld-nr-39-1999-2000-/8.html?id=322519> [Lesedato 12. november 2008]
- Støre, Jonas Gahr (2008): Utenrikspolitisk redegjørelse for Stortinget 20. mai 2008 URL: [http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dep/utenriksminister\\_jonas\\_gahr\\_store/taler/artikler/2008/utenrikspolitisk\\_stortinget.html?id=511988](http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dep/utenriksminister_jonas_gahr_store/taler/artikler/2008/utenrikspolitisk_stortinget.html?id=511988) [Lesedato 16. november 2008]
- Sundnes, Trond og Jostein Løvås (2007): "Agenten". Metoderapport til SKUP-nominasjon. [http://www.skup.no/Metoderapporter/2007/38. AgentenDagens Neringsliv .doc](http://www.skup.no/Metoderapporter/2007/38.AgentenDagensNeringsliv.doc) [Lesedato 20. november 2008]
- Sætre, Simen (2008): "StatoilHydro inn i nytt minefelt". I: *Morgenbladet*, 26. september 2008.
- Tankard, James W. jr. (2003): "The empirical approach to the study of Media Framing". I Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy Jr. og August E. Grant: *Framing Public Life – Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making news. A study in the construction of reality*. New York: The Free Press, Collier Macmillan Publishers.
- Tyvand, Anders (2006): "Prøveboring i norsk petroleumsjournalistikk", masteroppgave i medievitenskap. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Vreese, Claes H. de (2003): *Framing Europe. Television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.
- Waldahl, Ragnar (1999): *Mediepåvirkning*. Oslo: Gyldendal Akademiske.
- Weisser-Svendsen, Haakon N. (2007): "Trenger Sjøtømmer Norge eller Norge Sjøtømmer?", masteroppgave i statsvitenskap. Tromsø: Universitetet i Tromsø.
- Økonomisk rapport*, 14. august 2008: "En solskinnshistorie. Rapport/sterke eksportmiljøer" (nummer 8/2008).
- Østbye, Helge m.fl.. (2002): *Metodebok for mediefag*, 2. utgave. Polen: Fagbokforlaget.
- Østerud, Øyvind, Fredrik Engelstad og Per Selle (2003): *Makten og demokratiet – En sluttbok fra Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Østreng, Willy og Yngvild Prydz (2007): "Delelinjen i Barentshavet. Planlagt samarbeid versus uforutsett konflikt?", Stortingets utredningsseksjon, Perspektiv 04/07.

## Personlige kilder

- Eriksen, Anders R. (2008): innholdsansvarlig i Retriever Norge AS, e-post korrespondanse angående mangler ved Atekst, 3. mars 2008.
- Gaarder, Pia (2008): Redaktør for Norwatch, intervju gjort i Norwatch' lokaler i Oslo 15. september 2008.
- Hellestøl, Yngve (2008): Journalist i *Aftenposten*, tidligere fast oljereporter, intervju gjort i Aftenpostens lokaler i Oslo, 16. september 2008.
- Løvås, Jostein (2008): journalist i *DN*, fast oljereporter, intervju over telefon fra Stavanger 4. september 2008.
- Rosenberg, Ulf (2008): journalist i *Stavanger Aftenblad*, fast oljereporter, intervju over telefon fra Stavanger 23. september 2008.
- Seljeseth, Geir (2008): Journalist i *Nordlys*, skriver nå fra Moskva, intervju over telefon fra Moskva 4. september 2008.
- Tvedt Morstøl, Kjersti (2008): Informasjonssjef, StatoilHydro, intervju gjort på StatoilHydros hovedkvarter på Vækerø 5. september 2008.
- Vatne, Eirik (2008): Forsker ved Samfunns- og Næringslivsforskning (SNF), e-post korrespondanse angående manglende forskning, 25.-27. august 2008.
- Wangen, Gulbrand (2008): Adm. direktør i Intsok og medlem av Toppleder-forum, intervju gjort i Intsoks lokaler i Oslo 22. september 2008.



## VEDLEGG 1: INTERVJUGUIDER

Navn:

Antall år i denne stillingen:

Tidligere tilknyttet:

### Om informanten og arbeidsplassen

- Du har et spesielt ansvar for oljebransjen, utdyp, er dette noe du har ønsket, forklar hvordan du fikk ansvars-/interessefeltet? Forklar kort arbeidsfordelingen i din avis når det gjelder olje- og energistoff.

### Generelt om StatoilHydro som kildeorganisasjon

- Hvordan vil du karakterisere eller vurdere StatoilHydro som kildeorganisasjon og deres måte å behandle mediene på generelt? For eksempel hva gjelder åpenhet, omgang med kilder etc.
- Hvor viktig er det for deg å ha kilder innenfor StatoilHydro? Hva slags kilder er det snakk om (informasjonsmedarbeidere, fagfolk etc.)? Tipser de deg om saker, hvordan foregår det? Hvor viktig er dette for din dekning? (Beskrivelser)
- Omgås du StatoilHydro-ansatte eller -informasjonsmedarbeidere i fritiden? Utdyp, hvorfor, hvorfor ikke?
- Har du vært på tur utenlands med StatoilHydro eller politikere til StatoilHydros anlegg i utlandet. Fortell kort. Hvem betalte, hvor viktig er det med slike turer etc.

### Spesifikt om internasjonaliseringen av oljevirkksomheten og StatoilHydro

- StatoilHydro ønsker mer internasjonalisering. Hvilke utfordringer ser du som journalist i det at virksomheten flyttes ut av landet? Rent praktisk: omgang med kilder (fagforeninger, oljearbeidere eller lokalpolitikere i utlandet), språk/kulturer, innsyn i norske stat, men ikke andre stater etc.
- Er det noen systematisk forskjell på dekningen av StatoilHydros virksomhet i Norge versus den i utlandet? Hva anser du som viktigst å dekke?
- Hvordan mener du norske medier følger internasjonaliseringen? Utviklingstrekk, må man bygge opp nye kildekretser? Gjør man det, etc.? Spesifikt: Hvilke journalister/medier i Norge mener du gjør en god jobb på feltet, hvem er mindre flinke?
- Kan du nevne en episode der du har følt deg avmektig i forhold til den makten StatoilHydro besitter som stort konsern (for eksempel når de har holdt tilbake informasjon, ikke gitt deg tilgang til anlegg, ikke gitt deg kommentarer etc.)

### Spesifikt om omdømmearbeidet til StatoilHydro

- Hva vet du om omdømmestrategiene til StatoilHydro og oljeindustrien generelt, og når det gjelder utenlandssatsningen spesielt?
- I hvilken grad tror du norske medier generelt påvirkes av omdømmearbeidet til StatoilHydro? Hvorfor mener du det? Har internasjonaliseringen noe å si her?
- I hvilken grad tror du din egen avis påvirkes av omdømmearbeidet? Hvorfor mener du det?
- Er omdømmestrategier noe som diskuteres i redaksjonen? I så fall hvordan i hvilken kontekst etc.

### Er det noe du vil legge til?

- Er det spørsmål eller perspektiver du mener er viktig i en masteroppgave om StatoilHydro i utlandet?

**NB:** Temamessig ble det brukt en liknende guide til informantene som ikke var journalister, men spørsmålene ble stilt noe annerledes. For eksempel hadde jeg spesifikke spørsmål rundt StatoilHydros informasjonstjeneste til informanten fra selskapet. Alt dette fremgår i utskriftene av intervjuet i vedlegg 2.

## VEDLEGG 2: UTSKRIFT AV FULLSTENDIG INTERVJU MED INFORMANTER

Navn	Stilling	Side
Jostein Løvås	Journalist i <i>DN</i> , fast oljereporter	II
Ulf Rosenberg	Journalist i <i>Stavanger</i> <i>Aftenblad</i> , fast oljereporter	IV
Yngve Hellestøl	Journalist i <i>Aftenposten</i> , tidligere fast oljereporter	VI
Geir Seljeseth	Journalist i <i>Nordlys</i> , skriver nå fra Moskva	VII
Kjersti Tvedt Morstøl	Informasjons-sjef, StatoilHydro	X
Gulbrand Wangen	Adm. direktør i Intsok og medlem av Toppleder-forum	XII
Pia Gaarder	Redaktør for nettstedet norwatch.no	XIII

### Jostein Løvås, DN, opptak 4. september, på telefon fra Stavanger, ca. 50 minutter

Løvås har vært i DN i 4,5 år, de siste 1,5 årene på lokalkontor i Stavanger sammen med én annen journalist. Før det var han i Finansavisen, ellers jobbet i studenttidsskrift og liknende.

- Om journalisten og hans redaksjon

*Du har et spesielt ansvar for oljebransjen, utdyp, valgt selv?*

Det var stillingsbeskrivelsen på den jobben jeg søkte på, DN har hatt spesialreporter på olje og energi i mange år.

- Generelt om ditt forhold som journalist til StatoilHydro som kildeorganisasjon

*Hvordan vil du karakterisere eller vurdere StatoilHydro som kildeorganisasjon og deres måte å behandle mediene på generelt? Åpenhet, omgang med kilder etc.*

De er proffe, og det er et stort apparat. De vil sluse alt gjennom informasjonsavdelingen, og de gir reprimande eller kjeft, dersom du prøver å gå utenom eller tar kontakt med folk direkte nedover i systemet. De bedyrer på den ene siden at de er der for å hjelpe journalister, men det er ingen som helt tror på at det er sånn, de er jo en disiplinerende faktor. Jeg har inntrykk av at de har mye skolering internt på at folk ikke skal være løsmunnet overfor journalister, (...) de er veldig drillet på at de skal referere til infoavdelingen.

*Hvor viktig er det for deg å ha kilder innenfor StatoilHydro? Hva slags kilder er det snakk om? Tipser de deg om saker, hvordan foregår det? Hvor viktig er dette?*

Jeg forholder meg mye til infoavdelingen, men det er tusenvis av folk som jobber der, så jeg snakker selvsagt med andre innimellom, men jeg vil ikke være veldig presis på det. Det StatoilHydro i utgangspunktet er interessert i å pushe frem, er saker som har en positiv vinkling for dem. Og i regelen er jo vi lite interessert i de sakene. Så det er veldig lite som kommer av tips fra informasjonsavdelingen. På den annen side er selskapet nødt til å sende ut børsmeldinger i saker som er børssensitive, også om saker som er ubehagelige for selskapet. I disse meldingene ligger det mye godt stoff. Dessuten kan det nevnes at StatoilHydro er åpne i HMS-saker. I etterkant av ulykker og granskningsrapporter tar selskapet gjerne selv kontakt for å informere om sakene.

*Omgås du StatoilHydro-ansatte eller -informasjonsmedarbeidere i fritiden? Utdyp?*

Ja, det er vanskelig å unngå dersom man bor i Stavanger, man kan for eksempel møtes på byen. Disse møtene kan være viktige for meg som journalist, men det er ikke sånn som gammel journalistmyteopplegg at man sitter på pub og haler ut historier fra folk. Det er ikke så mye av det.

*Har du vært på tur utenlands med StatoilHydro eller politikere til StatoilHydros anlegg i utlandet. Fortell kort. Hvem betalte, hvor viktig er det med slike turer etc.*

Ja, flere ganger. DN har en policy på at de betaler alt selv. Jeg har vært med på en del ministerturer særlig utenlands, der vi gjerne besøker StatoilHydro i landet, for eksempel i Algerie, Nigeria, Angola. Man får i alle fall en større følelse med hva som skjer, man treffer folk der ute, og det er selvsagt en anledning til å skrive om utenlandsgasjementene fordi du har vært på stedet og får bilder av ministre eller kjente personer. Det er en knagg til å skrive om businessen. Men det er jo ikke de store historiene som pleier å komme ut av det. Men det er nyttig å være med på sånne turer for å se ting med egne øyne.

- Spesifikt om ditt forhold til internasjonaliseringen av oljevirkksomheten og StatoilHydro

*StatoilHydro ønsker mer internasjonalisering. Hvilke utfordringer ser du som journalist i det at virksomheten gradvis flyttes ut? Kilder, språk/kulturer, innsyn, åpenhet etc.*

Du får flere systemer å forholde deg til, flere regimer. Det er klart det er enklere for en journalist å etablere gode kontakter innenfor det norske systemet, og jobbe opp mot norske myndigheter. Det er også en større åpenhet i norsk oljeforvaltning enn det er i alle andre oljeland. Det er klart det er vanskeligere for oss å vite hva som egentlig skjer i Aserbajdsjan, Nigeria og Angola enn i Norge. I Norge bestiller jeg en del postlistedokumenter og følger litt med, det er vanskeligere med innsyn andre steder.



Det er vanskeligere å få tak i kilder i utlandet, men så er det jo også mange flere land å forholde seg til. Det er jo 40 land internasjonalt som StatoilHydro opererer i, og det skal litt til for en enkelt journalist å ha gode myndighetskontakter i så mange land. Og det er klart at veldig mange av disse landene kommer lavt på Transparency Internationals liste. (...)

*Hvordan mener du norske medier følger internasjonaliseringen? Utviklingstrekk, må man bygge opp nye kildekretser? Gjør man det, etc.? Flinker medier/journalister?*

Generelt er det ganske lite som skrives om StatoilHydros internasjonale engasjement. Det gjør heller ikke DN sett i forhold til det vi skriver om hjemlige konflikter. I det store og hele følger norsk presse oljebransjen ganske dårlig. Aftenposten har fulgt en del, Erling Borgen hadde en dokumentar fra Aserbajdsjan, og så kommer det av og til noen sure oppstøt i Dagbladet om at man bør trekke seg hjem. (...)

Vi har nok en alt for lite planmessig idé om hvordan vi skal dekke StatoilHydro i utlandet. Vi har en stringer i Brasil, som er på vei opp som et viktig oljeland og satsningsområde for StatoilHydro. Han skal øke innsatsen på å følge oljebransjen og StatoilHydro der. Tilsvarende i Russland, der skal vi følge litt tettere på Sjtokman-prosjektet. Men det har ikke vært noen veldig klar strategi fra oss på å følge StatoilHydro ut.

Internasjonale medier, som Bloomberg, Reuters, Financial Times, de følger jo StatoilHydro såpass tett i utlandet, så ofte får man innspill derfra. Man finner flere historier om StatoilHydros virksomhet i utlandet på for eksempel Bloomberg enn man finner ved å lese andre norske medier.

*Libya-saken, hvorfor var det annerledes å dekke denne enn å dekke en tilsvarende sak i Norge?*

Et konkret eksempel er jo at man ikke får pressevisum til landet dersom man ikke er ønsket der av myndighetene. Det fikk ikke vi. Det er ganske risky å dra inn der på turistvisum og begynne å drive journalistikk. Så man kommer ikke til på stedet. Dessuten er jo alt på arabisk der, også all informasjon på nettet. Så det var umulig for oss å drive noe særlig søk på internett. Det var også problemer som for eksempel at det i Tripoli ikke finnes noen adresser eller gatenavn, det er bare ment som et eksempel på hvor vanskelig det er å kartlegge ting og bevegelser i et sånt land.

*Kan du nevne en episode der du har følt deg avmektig i forhold til den makten StatoilHydro besitter som stort konsern (for eksempel når de har holdt tilbake informasjon, ikke gitt deg tilgang til anlegg, ikke gitt deg kommentarer etc.)*

Tilgang på anlegg er jo ganske åpenbart, du kommer deg jo ikke ut når du vil (...). Men du får jo heller ikke tilgang til de personene du vil sånn uten videre. Du får jo alltid en kommentar fra informasjonsavdelingen, det er ikke noe problem. Det er ofte jeg spør om å få snakke med en sjef, men må nøye meg med en kommentar fra informasjonsavdelingen. Landssjefene er autorisert til å snakke med pressen, men det hender at de også bare refererer til infoavdelingen.

- Spesifikt om ditt forhold til omdømmearbeidet til StatoilHydro

*Hvor godt kjenner du omdømmestrategiene til StatoilHydro og oljeindustrien generelt, og når det gjelder utenlandssatsningen spesielt?*

De har for eksempel en stor kampanje gående nå (...). De er interessert i å melde at de er best i verden og har de høyeste standardene. Det som går igjen når det gjelder internasjonaliseringen er ideen om at "it is a dirty job, but somebody has got to do it", og StatoilHydro er med på å gjøre "verden til et bedre sted" og gjør den "renere enn andre" (...). For eksempel oljesand; ressursene vil bli utvinnet uansett, så det er best at StatoilHydro går inn med sine høye standarder.

*I hvilken grad tror du norske medier generelt påvirkes av omdømmearbeidet til StatoilHydro? Hvorfor?*

Jeg tror ikke StatoilHydro selv føler at de har full kontroll på norske medier. Det er veldig mye lettere for Fredric Hauge og Bellona å definere virkelighetsbildet i norske medier enn det er for StatoilHydro, tross alt. Hauge kan komme med masse påstander som bare glir rett igjennom uten at det stilles spørsmål ved det, mens alle vil være kritiske til StatoilHydros virkelighetsbilde. Det ligger vel litt i journalistrollen at man skal være skeptisk til de store og kapitalsterke (...). Man stiller sjelden spørsmål ved kritikerne, men man hakker gjerne på de store. Kanskje gjør vi det i litt vel stor grad, for det er ikke alltid at de små vet best. Og det blir ofte litt dum og forenklet debatt (...).

Effekten av omdømmekampanjen StatoilHydro kjører nå, er usikker. Det neppe noen medier som kommer til å begynne å fremstille StatoilHydro som kjempesnille av den grunn. På den annen side er kanskje poenget for selskapet at det ønsker å kommunisere direkte til befolkningen, uten å gå veien om redaksjonene.

Generelt er norsk presses forhold til StatoilHydros utenlandsengasjement preget av mange kritiske holdninger og lite kunnskap. Man er kritisk som bare det, men man blir gissel for kritikernes agenda, for eksempel fagforeninger, naturvernere og kanskje til dels forskere. Man vet for lite selv, men man er kritisk og leverer mye surmaga kritikk.

Gamle Statoil hadde ikke alltid et veldig godt forhold til pressen. Selskapet fikk nok også mer oppmerksomhet og ble utsatt for mer kritikk og overstyring enn konkurrentene siden det var statseid. Overskridelsene på Mongstad og Kårstø ble politiske toppsaker. Kanskje følte Statoils folk at de ble jaktet på. Situasjonen var trolig enklere for Hydro, som kunne leve mer i fred for politisk oppmerksomhet. Kanskje ble forholdet til pressen dermed et annet i Hydro.

Nye StatoilHydro fremstår nå langt på vei som det nye statsoljeselskapet, og det blir spennende å se hvilken linje selskapet kommer til å legge seg på.

*Tror du det er lettere eller vanskeligere å påvirke via omdømmearbeid når man flytter virksomheten ut av Norge?*

På én måte blir det lettere å tro på analysene til Transparency International, Bellona, WWF og fagforeningene jo lenger bort virksomheten flytter. Skepsisen til oljeindustrien er så inngrodd i befolkningen og journaliststanden at StatoilHydro kan ikke bare si

at alt er fint og flott i Angola og få folk til å tro på det. Det er ikke slik at StatoilHydro kan klare å definere virkeligheten der, det er en bratt bakke å gå. Det finnes knapt noen bransjer som har dårligere rykte internasjonalt enn oljebransjen. Presumpsjonen er at dette ikke er bra, da er det vanskelig å få folk til å tro noe annet.

*I hvilken grad tror du din egen avis påvirkes av omdømmearbeidet? Hvorfor mener du det?*

Det er vanskelig å si hvordan man påvirkes selv. Jeg tror ikke vi påvirkes radikalt av det. De fleste legger mer vekt på for eksempel Iran-skandalen og Libya-affæren enn selvsagt. Jeg føler heller ikke at Sjøtokman-dekningen har vært noen "heia StatoilHydro"-dekning der, heller tvert om.

*Er omdømmestrategier noe som diskuteres i redaksjonen? I så fall hvordan i hvilken kontekst etc.*

Nei, det er noe som StatoilHydro driver med, det har vi ikke noe med (...). I DN er det veldig desentralisert, det er veldig opp til den enkelte journalist hva han skriver om, det finnes ingen redaksjonell beslutning om at nå skal man skrive det ene eller det andre (...). Det er veldig fritt journalistisk for den enkelte hvordan man vinkler eller skriver (...). Det er egentlig litt tilfeldig hva som dukker opp.

Men det er klart at StatoilHydro prøver å påvirke. Nå i august var det et seminar for spesielt inviterte journalister der vi møtte landsjefen i Canada og en lobbyist der borte fra. På møtet la de fram veldig faktabasert informasjon om prosjektet. Bare utvalgte journalister var invitert, mens for eksempel Natur og Ungdom ikke fikk komme. Det var ikke annonsert noe sted, det var enkelte journalister som ble ringt opp. Det samme har de tenkt til å gjøre i forbindelse med naturgass, og de har hatt liknende møter før. De prøver av og til med slik infomøter. Men de oppfatter jeg egentlig som veldig ryddige. Jeg tror ikke StatoilHydro har så veldig mange illusjoner om at de skal klare plutselig å få norsk presse til å bli en heiajeng for internasjonalisering. Jeg tror ikke det. Men det er klart at når de fremstiller fakta, så undersøkes selvsagt de negative aspektene, men det er jo helt naturlig. (...) De kaller det en "business update", og gir inntrykk av at det ikke ligger noen nyheter i det. De tar ned eksplosive ting på denne måten.

- Er det noe du vil legge til?

[Burde kanskje ha med et mer tydelig politisk aspekt.] Det er veldig taust fra norske politikere, de tør ikke legge seg bort i strategiene til StatoilHydro. Selv ikke SV, som er dypt uenig i oljesandprosjektene, protesterer veldig høyt når partiet sitter i regjering (...). Det er litt talende for hvor mektig StatoilHydro har blitt når selskapet binder opp norske politikere slik. Det er veldig tydelig at StatoilHydros satsningsland også er prioriterte land for norsk utenrikspolitikk, man flytter ambassader etc.

Det er en dypt politisk bransje, og enda mer i utlandet enn i Norge (...). Når Stoltenberg skal til Rio i september sammen med Helge Lund, så er det mye for å markedsføre StatoilHydro. Og kanskje er norske ministere og politikere noen av dem som er aller mest opptatt av StatoilHydros omdømme. Det er jo statens eget selskap, det opererer i "nasjonens interesse". Stoltenberg har trolig større forståelse for StatoilHydros ønske om å vokse ute enn det både journalister, fagforeningsfolk eller naturvernere har.

## **Ulf E. Rosenberg, Stavanger Aftenblad, opptak 23. september, på telefon fra Stavanger, ca. 40 minutter**

Rosenberg har vært fast ansatt i Stavanger Aftenblad siden 1985. Siden 2000 har han vært fast oljereporter, og før det skrev han næringslivsstoff og hadde mye med oljerelaterte spørsmål å gjøre. Utdanningsbakgrunn: Musikkonservatoriet i Stavanger.

- Om journalisten og hans redaksjon

*Du har et spesielt ansvar for oljebransjen, utdyp? Forklar kort arbeidsfordelingen i din avis når det gjelder olje- og energistoff.*

Aftenbladet har helt siden oljens barndom i Norge hatt en fast oljemedarbeider. Jeg søkte og fikk jobben i 2000. Min forgjenger var Ola Morten Aanestad, som i dag er informasjonsdirektør i StatoilHydro, før det Arnt Even Bøe og John Ove Lindøe. De siste årene har vi trappet opp ressursbruken, og nå har vi en egen energiredaksjon med syv medarbeidere som leverer både til nett og papir.

- Generelt om ditt forhold som journalist til StatoilHydro som kildeorganisasjon

*Hvordan vil du karakterisere eller vurdere StatoilHydro som kildeorganisasjon og deres måte å behandle mediene på generelt? Ift. åpenhet, omgang med kilder etc.*

Jeg har et profesjonelt forhold til StatoilHydro. De legger til rette med informasjon og jeg går ut fra at det er basert på deres oppfatning av hva som tjener deres omdømme og posisjon i samfunnet og deres forretningsmuligheter. Jeg kjenner mange av de som jobber med informasjon der, og jeg opplever at de håndterer oss på en profesjonell måte. (...) Det er klart at det har påvirket Statoil i betydelig grad at de er blitt børsnotert. De er underlagt et strengt børsregime knyttet til likebehandling av alle de som skal ha informasjon. Derfor er det blitt mer strømlinjeformet, men dette gjelder jo alle børsnoterte selskaper. (...)

*Hvor viktig er det for deg å ha kilder innenfor StatoilHydro? Hva slags kilder er det snakk om (informasjonsmedarbeidere, fagfolk etc.)? Tipser de deg om saker, hvordan foregår det?*

Det er ulike typer kilder, for eksempel fagfolk, tillitsvalgte. Det kan også dreie seg om folk som har vært i selskapet tidligere eller kjenner selskapet godt utenfra. Det er både de som tipser meg om saker og jeg som går til dem. Det hender også at jeg får tips om negative saker fra innsiden av Statoil. Det er veldig viktig for meg å ha kontakter og et nettverk i, utenfor og rundt StatoilHydro.

*Omgås du StatoilHydro-ansatte eller -informasjonsmedarbeidere i fritiden? Utdyp, hvorfor, hvorfor ikke?*

Med en så stor virksomhet som Statoil i en by som Stavanger så vil du alltid ha folk som jobber i StatoilHydro som er naboer, som du møter på musikkøvinger, som du treffer i velforeningen eller på foreldremøter. Men det er ingen i Statoils informasjonsavdeling som jeg omgås aktivt privat. Statoil er en stor virksomhet i denne byen og i denne regionen, og da er det jo helt åpenbart at man treffer folk uansett hvor man går. Jeg går bortover fortauet akkurat nå, og jeg treffer helt sikkert noen som jobber i StatoilHydro – de er i dette samfunnet, de lever her. Det blir stoff av tipsene du får på en skoleavslutning, og det blir stoff av pressemeldinger som offentliggjøres på Statoils hjemmesider. Begge deler er en del av det alminnelige tilfanget av stoff. Det er en del av den fordelene det gir å leve i nærheten av de som jobber i selskapet. Jeg vet ikke om dette gjør det enklere for meg enn for en journalist for eksempel i Oslo, men i min virkelighet er dette en del av det totale bildet. Det er ikke noe annerledes å dekke bystyret i Stavanger eller Viking

fotballklubb, du treffer også der de samme folkene på butikken og i bussen. Jeg har ikke noe privat omgang utover dette med noen sentralt plasserte personer i Statoil. Jeg var i 45-årslag på lørdag, og det er klart det at det var flere der som jobber i Statoil, og som jeg treffer i andre sammenhenger også, men nære personlige relasjoner har jeg ikke til noen som sitter sentralt plassert i selskapet når det gjelder håndtering av presse.

*Hva med de gamle kollegene som nå er i StatoilHydro – er det positivt eller negativt for det arbeidet du gjør som journalist?*

For å ta Ola Morten Aanestad – vi har jo vært i Aftenbladet begge to "siden vi var små", vi har vokst opp i Aftenbladet siden vi var 20-21 år gamle. Det synes jeg Ola Morten håndterer på en korrekt, skikkelig og ordentlig måte. Jeg håper han synes det samme om meg. Men det er klart det, som i alle sammenhenger, så er det jo ingen ulempe at du kjenner folk og vet hvordan de er, hvordan de reagerer og slike ting. Men forholdet til Ola Morten hadde ikke vært noe annerledes dersom det hadde vært en musikkollega eller en nabo.

*Har du vært på tur utenlands med StatoilHydro eller politikere til StatoilHydros anlegg i utlandet. Fortell kort. Hvem betalte, hvor viktig er det med slike turer etc.*

Aftenbladet betaler alltid selv. I fjor var jeg i Algerie, året før var jeg i Libya. Jeg har også vært i Angola og Nigeria de siste årene. Det er viktig å dra på slike turer fordi StatoilHydro har en internasjonal strategi som er viktig for selskapet, det er erklært en viktig satsning. Når vi dekker StatoilHydro, så må vi også følge selskapet ut i verden, se hva de gjør og hvordan de gjør det. Og så må vi høre hva andre mener om hvordan Statoil oppfører seg i utlandet, enten det gjelder NGO-er eller myndighetspersoner. Jeg knytter kontakter når jeg er ute på slike turer, opparbeider meg nettverk for å få lettere tilgang på informasjon og forståelse av vanskelige problemstillinger. Jeg opplever også at det er viktig for Aftenbladet og for meg selv at vi er tilstede og kan danne oss et inntrykk. Konkret i Angola er det jo for eksempel ikke så lett siden virksomheten er til havs, men det går an å snakke med landorganisasjonen og personer i omgivelsene rundt.

- Spesifikt om ditt forhold til internasjonaliseringen av oljevirksomheten og StatoilHydro

*StatoilHydro ønsker mer internasjonalisering. Hvilke utfordringer ser du som journalist i det at virksomheten ekspanderer? Hvordan endres vilkårene for god journalistikk?*

StatoilHydro har jo fortsatt en ekstremt dominerende posisjon i norsk oljevirksomhet, men de ekspanderer i utlandet og det er selvsagt viktig for oss å følge det. Aftenbladet har tradisjon for å følge all virksomhet som springer ut i verden fra Stavanger og Rogaland, enten det er Leif Ove Andsnes eller misjonærer i Madagaskar.

Det er selvsagt mer krevende å skaffe seg gode kilder i utlandet. Det gjelder både det å bli kjent med dem, vinne deres fortrolighet og opprettholde dette forholdet over tid. Det er også vanskeligere å få et mangfoldig kildetilfang. I Norge er Petroleumstilsynet og Oljedirektoratet sine postlister åpne, og det er ikke akkurat sånn det fungerer i andre land. Derfor blir det vanskeligere å få alternative stemmer, det er det ingen tvil om. For eksempel Algerie er ikke akkurat et åpent, transparent og tilgjengelig samfunn.

Ja, jeg ser at det er en utfordring at man lettere kan bli avhengig av StatoilHydro som kilde i utlandet, nettopp fordi kildetilfanget er mindre. Men det finnes alternative stemmer, som myndigheter, NGO-er og lokalbefolkning. Når det gjelder lokalmiljøet, er StatoilHydro en rekke steder ikke så eksponert siden selskapet ikke er operatør, og dermed ikke eksponert så tydelig utad som operatøren vanligvis er.

*Er det noen systematisk forskjell på dekningen av StatoilHydros virksomhet i Norge versus den i utlandet?*

Det blir jo mindre kontinuitet i dekningen, StatoilHydro er jo til stede i 40 land totalt. Vi har utvidet energiredaksjonen i Aftenbladet nettopp på grunn av økningen i oljevirksomhetens omfang, særlig den vi ser i Norge, hvor man har gått fra å ha oljevirksomhet på ett hav til tre hav, og fått rundt 40 nye oljeselskaper på norsk sokkel. StatoilHydro har også ekspandert sin virksomhet til mange nye land, og med en sånn voldsom ekspansjon trengtes det mer journalistisk innsats. Det har Aftenbladet vært villig til å følge med på. Men det er klart at det ikke kan bli den samme kontinuiteten i den internasjonale dekningen som i den norske. Det har vi verken ressurser, plass eller mulighet til, blant annet fordi det dreier seg om så mange områder og land.

*Hvordan mener du norske medier følger internasjonaliseringen? Hvilke journalister/medier i Norge mener du gjør en god jobb på feltet, hvem er mindre flinke?*

I forhold til hvor stor og omfattende virksomheten er, så synes jeg den journalistiske innsatsen er relativt beskjeden i norske medier. (...)

*Kan du nevne en episode der du har følt deg avmektig i forhold til den makten StatoilHydro besitter som stort konsern (økonomisk, kunnskap) (for eksempel når de har holdt tilbake informasjon, ikke gitt deg tilgang til anlegg, ikke gitt deg kommentarer etc.)*

Det er en generell utfordring at når StatoilHydro er så store som de er, så blir ressursene våre til å fotfølge dem begrenset. Statoil har heller ikke akkurat lagt til rette for eksempel for at norske journalister skal få se South Pars i Iran, hvor Statoilhydro hadde en viktig rolle i utbyggingen. Der sitter StatoilHydro nærmere førersetet enn andre steder, men de inviterer ikke akkurat journalister inn.

Det er en utfordring å finne alternative kilder når StatoilHydros virksomhet er så omfattende. Vi søker å finne andre kilder, uavhengige analytikere og akademikere som betrakter det utenfra. Slike blir viktigere og viktigere, både analysefirma som lager analyser for industrien og institusjoner som kan gi alternativ kunnskap for eksempel til oss. Men utfordringen er fortsatt til stede, selv om man bruker andre kilder.

- Spesifikt om ditt forhold til omdømmearbeidet til StatoilHydro

*Hvor godt kjenner du omdømmestrategiene til StatoilHydro og oljeindustrien generelt, og når det gjelder utenlandssatsningen spesielt? (...)*

*I hvilken grad tror du norske medier og din egen av is påvirkes av omdømmearbeidet til StatoilHydro? Hvorfor mener du det?*

Det er en løpende diskusjon hos oss hva som er StatoilHydros strategier, og vi prøver jo å finne alternative stemmer. Andre kan kanskje si at vi ikke gjør det godt nok, men det er helt klart at vi tilstreber dette.

At vi påvirkes av det StatoilHydro legger opp til at skal være den offentlige debatten? Selvfølgelig gjør vi det, på samme måte som vi påvirkes av andre pressgrupper, NGO-er, den politiske debatten osv. I sum blir vi jo påvirket. Vi må prøve å innrette vår journalistikk

slik at vi fungerer mest mulig uavhengig av omdømmearbeidet, men vi lever jo ikke i en glassklokke. Vi påvirkes av debatter, noe annet ville vært urimelig.

*Lettere å bli påvirket av omdømmearbeid når businessen blir internasjonal?*

Det er klart at for å drive en kritisk journalistikk er kunnskap en vesentlig faktor, og det er vanskeligere å ha god kunnskap om det som ligger langt borte, enn det som ligger nært. (...)

## **Yngve Hellestøl, Aftenposten, opptak 16. september, i Aftenpostens redaksjonslokaler i Oslo, ca. 50 minutter**

Hellestøl begynte i Aftenposten i 1988, og jobbet blant annet med olje og internasjonal økonomi på slutten av 1990-tallet. Fra sommeren 2005 til påsken 2008 var han Aftenpostens faste oljereporter. Han er utdannet siviløkonom, og har jobbet i Økonomisk rapport. I dag er han i Aftenpostens "jobb"-seksjon.

- Om journalisten og hans redaksjon

*Du har et spesielt ansvar for oljebransjen, utdyp, valgt selv?*

Aftenposten har en egen oljemedarbeider i økonomiredaksjonen. Jeg tok over etter Alf Ole Ask da stillingen ble ledig.

- Generelt om ditt forhold som journalist til StatoilHydro som kildeorganisasjon

*Hvordan vil du karakterisere eller vurdere StatoilHydro som kildeorganisasjon og deres måte å behandle mediene på generelt? Åpenhet, omgang med kilder etc.*

Det er en stor og profesjonell organisasjon hvor all åpen informasjon styres gjennom informasjonsavdelingen. Graden av åpenhet varierer, det avhenger av om saken er positiv eller negativ for StatoilHydro. (...) Jeg har ikke inntrykk av at det er noen stor forskjell mellom oljebransjen og andre bransjer hva gjelder grad av åpenhet mot mediene.

*Hvor viktig er det for deg å ha kilder innenfor StatoilHydro? Hva slags kilder er det snakk om? Tipser de deg om saker, hvordan foregår det? Hvor viktig er dette?*

Jeg hadde kilder innenfor systemet, men jeg har ikke lyst til å gå så konkret inn på det. Det er folk jeg har fått kontakt med for eksempel på seminarer, konferanser eller andre treffpunkt. Det er fullt mulig å snakke med folk i StatoilHydro utenom informasjonsavdelingen. I mange av sakene kom initiativet fra vår side, men det skjedde også i del tilfeller at Statoil kom med tips om saker. Det skjedde også at jeg fikk tips om negative saker fra folk innenfor systemet, i Statoil.

*Omgås du StatoilHydro-ansatte eller -informasjonsmedarbeidere i fritiden? Utdyp?*

Nei, men jeg hadde et par gamle kolleger som jobbet der.. Jeg opplevde ikke det som problematisk. Man opptrer profesjonelt i den rollen man har.

*Har du vært på tur utenlands med StatoilHydro eller politikere til StatoilHydros anlegg i utlandet. Fortell kort. Hvem betalte, hvor viktig er det med slike turer etc.*

Nei, ikke de siste årene, og Aftenposten betaler alt dersom man drar på tur. I utgangspunktet foretrekker jeg å dra på turer som vi selv tar initiativ til og planlegger. Da står man mye friere og har mer tid til å dekke det man selv synes er viktigst. Det er klart at dersom man drar på en arrangert tur fra selskapets side, så er man litt bundet av opplegget. Det kan kompenseres ved å dra dit i forkant eller bli igjen i etterkant, men generelt sett har jeg vært litt tilbakeholden med å dra på denne typen turer.

- Spesifikt om ditt forhold til internasjonaliseringen av oljevirkksomheten og StatoilHydro

*StatoilHydro ønsker mer internasjonalisering. Hvilke utfordringer ser du som journalist i det at virksomheten gradvis flyttes ut? Kilder, språk/kulturer, innsyn, åpenhet etc.*

Det blir vanskeligere å følge tett og systematisk hvordan selskapet opererer i det aktuelle landet. Det er simpelthen lengre unna. Man har ikke samme grad av nærkontakt med alle typer kilder, enten det gjelder folk i selskapet, politikere, departementsansatte, miljøvernere eller andre. Internett kan kompensere for litt av avstanden.

Miljøvernorganisasjoner og andre NGO-er er også flinke til å følge med, og de kan være gode kilder. I den grad det er mulig, må man også knytte kontakter der ute når man er på turer, enten med andre kolleger, folk i andre oljeselskaper og fagfolk av ulik karakter. Slik kan man få andre eksperter i tale enn de som er innenfor selskapet. (...)

*Forskjellen mellom fokus når man dekker norsk sokkel og når man dekker norsk oljebransje/StatoilHydro i utlandet?*

Det blir kanskje litt mer makroorientert når man skriver om utenlandsengasjementet. I Norge går man stort sett direkte på konkrete prosjektet og saker. Det blir en mer overordnet og ikke så systematisk dekning når det gjelder utenlandsengasjementet. Det blir litt tilfeldig hva som dekkes fordi du ikke har kapasitet til å følge det så løpende og så detaljert fra dag til dag som du normalt gjør på hjemlige saker. På den annen side kan man jo spørre om det er grunnlag for å følge alle engasjementer i utlandet lite tett som her hjemme.

*Hvordan mener du norske medier følger internasjonaliseringen? Utviklingstrekk, må man bygge opp nye kildekretser? Gjør man det, etc.? Flinke medier/journalister?*

(...) DN har vært ganske flinke til å komme seg ut. De drar også i forkant eller bruker litt ekstra tid på det stedet hvor den aktuelle saken er. Men det er ikke noen aviser som jeg synes har skilt seg markant ut verken i den ene eller andre retningen.

*Kan du nevne en episode der du har følt deg avmektig i forhold til den makten StatoilHydro besitter som stort konsern (for eksempel når de har holdt tilbake informasjon, ikke gitt deg tilgang til anlegg, ikke gitt deg kommentarer etc.)*

I Libya-saken var det begrenset hva de fortalte, de fortalte nok minst mulig. Spørsmålet er jo hvor mye konkret de selv hadde oversikt over på de ulike tidspunktene. De følte vel også at de måtte trå forsiktig fordi forholdet til de amerikanske børsmyndighetene er avgjørende. Jeg har ingen eksempler på episoder der jeg føler at StatoilHydro eksplisitt har hindret meg i en sak, de er profesjonelle.

- Spesifikt om ditt forhold til omdømmearbeidet til StatoilHydro

*Hvor godt kjenner du omdømmestrategiene til StatoilHydro og oljeindustrien generelt, og når det gjelder utenlandssatsningen spesielt?*  
StatoilHydro er opptatt av å fortelle at de er en viktig bedrift for samfunnet, at de tar samfunnsansvar, og at de driver mest mulig miljøvennlig. Dette gjelder også OLF som sådan. Det mest sentrale de prøver å kommunisere, er at det de gjør, er viktig for Norge og norske arbeidsplasser. (...) Når det gjelder utenlandsengasjementet, er de opptatt av å kommunisere at det de gjør bidrar til å gi arbeid til leverandørindustrien. De understreker også at de må dra utenlands for å kompensere for redusert aktivitet i Norge. Rammen rundt det hele er alltid at man gjør det "for Norge" og for norske arbeidsplasser skyld.

*Er det samsvar mellom det du mener de kommuniserer og det som du mener er virkelighetsbildet?*

Til en viss grad, men spørsmålet er i hvor stor grad leverandørindustrien direkte får nytte av at StatoilHydro går inn i prosjekter i enkeltland. Det kan settes spørsmålsteget ved hvorvidt lokomotiveffekten er så stor som StatoilHydro – og for så vidt norske myndigheter – hevder.

*I hvilken grad tror du norske medier generelt påvirkes av omdømmearbeidet til StatoilHydro? Hvorfor?*

Jeg tror vi går mer på konkrete saker enn vi går på en generell holdning til selskapet. Jeg tror ikke omdømmearbeidet påvirker oss mye. Vi dekker jo saker og ikke et selskaps mål som sådan. (...) Når det gjelder for eksempel oljesandprosjektet i Canada, så er det de negative sidene som har vært mest fremtredende og ikke behovet for mer energi, som StatoilHydro fokuserer på.

*Tror du det er lettere å påvirke mediene gjennom omdømmearbeid når man flytter virksomheten ut av Norge?*

Jeg tror ikke mediene lar seg påvirke lettere, men det er vanskeligere å kontrollere raskt om de opplysningene man får, stemmer. Dette skyldes nettopp avstanden til saken. (...) Derfor tar det kanskje lengre tid å få frem at det er en annen side av historien også. (...)

*Er omdømmestrategier noe som diskuteres i redaksjonen? I så fall hvordan i hvilken kontekst etc.*

Vi har diskutert det når StatoilHydro eller Statoil har hatt større kampanjer, men vi diskuterer mest konkrete saker, holdninger og hva som er motivene bak sakene fra selskapets side. For eksempel i forbindelse med fusjonen diskuterte vi hvordan vi skulle legge opp og planlegge dekningen.

- Er det noe du vil legge til?

Et argument fra StatoilHydros side når de drar utenlands, for eksempel til land som anklages for brudd på menneskerettigheter, er at de "tar med seg" de "norske verdiene" ut. (...) Vi kan kanskje si at de ikke er verstingene, men det er klart at selskapets tilstedeværelse brukes av myndighetene i enkelte land til å legitimere eget regime.

Så langt ser innvendinger mot industrien for engasjement i enkelte land ikke ut til å ha fått noen polymessige betydninger for selskapet. Når det eksempelvis gjelder Iran, var det snarere forholdet til amerikanske myndigheter som nok førte til at selskapet vil ut enn påtrykk fra norske myndigheter.

Etter at selskapet ble børsnotert, har politikerne fått flere begrensninger enn før i hvor aktivt politikerne kan styre selskapet. Jeg har dessuten inntrykk av at Statoil i starten var litt mer forsiktig enn det de kanskje måtte være når det gjaldt børsfølsom informasjon. Men om det var fordi de ønsket å holde informasjon tilbake eller fordi de var usikre på hvor mye de kunne si, det vet jeg ikke. Kanskje var det litt av begge deler.

Det er viktig å være klar over at sysselsettingsmessig og inntektsmessig er dette en stor, viktig og mektig bransje med stor påvirkningskraft. Hvis du ser på INTSOK og andre liknende programmer som har vært, så ser du at det er en stor grad av samspill mellom politikere, myndigheter og industrien. Jeg vet ikke om det gjør det vanskeligere for oss journalister, men det er en tung enhet å gå inn i, med stor påvirkningskraft i samfunnet.

StatoilHydro sier de er opptatt av bærekraft, men hvordan definerer man bærekraft? Det er vel ikke akkurat miljøvennlig det som bransjen og selskapet driver med, selv om de kanskje gjør det på en mindre forurensende måte enn andre. (...) Så langt virker det som om det norske samfunnet ønsker at man skal fortsette med dette.

#### **Geir Seljeseth, Nordlys, opptak 4. september, på telefon fra Moskva, ca. 45 minutter**

Seljeseth har vært 11 år i Nordlys, tidligere var han tilknyttet Bladet Tromsø og jobbet frilans. Før det var han lærer på videregående skole. Nå bor han i Moskva og skriver for E24 og Nordlys, han blir værende til ca. 2010.

- Om journalisten og hans redaksjon

*Du har et spesielt ansvar for oljebransjen, utdyp, er dette noe du har ønsket, forklar?*

Olje og gass har vært et lite stebarn i Nord-Norge gjennom mange år, men når dreiningen kom mot nord for 5-6 år siden, og det ledet ut i nordområdesatsningen for tre år siden, så var det naturlig å jobbe seg inn på dette som avis. Jeg jobbet med rikspolitikk, og olje er tett knyttet til politikk og noe næringsvirksomheten. Foreløpig er politikken mye viktigere for oss enn næringsvirksomheten.

- Generelt om ditt forhold som journalist til StatoilHydro som kildeorganisasjon

*Hvordan vil du karakterisere eller vurdere StatoilHydro som kildeorganisasjon og deres måte å behandle mediene på generelt? Åpenhet, omgang med kilder etc.*

Det er tidlig å dømme StatoilHydro fordi Statoil og Hydro har veldig forskjellige kulturer, det er en markant forskjell, og det er ennå en god stund igjen før vi ser et StatoilHydro som også oppe i hodene til folk er helt ferdig. Men de er jo mulige å snakke med, det er mulig å få ut ting, og stort sett er de ærlige. Statoil-folk var mer utadrettet, de liker å sprengre grenser, mens Hydro er en mer gjennomført konservativ organisasjon og har mye mer av den gammel industritenkning. De forholder seg til budsjetter, leverer på tid

etc., det gjenspeiles også i folka, Hydro-folk er mer nøkterne og avslappa, mens Statoil-folk liker å slå på stortromma når det er positivt og trekker seg helt inn og blir introvert når det skjer noe galt.

*Hvor viktig er det for deg å ha kilder innenfor StatoilHydro? Hva slags kilder er det snakk om? Tipser de deg om saker, hvordan foregår det?*

Jeg må være forsiktig med å si hvor kildene er hen, det har med deres vern å gjøre. Men det er klart det er veldig viktig å ha kilder innenfor systemet, kanskje ikke aller mest for å få tak i saker, de renner jo inn uansett, det viktigste er å ha kilder som du stoler på for å dobbeltsjekke saker. Det varierer hvem jeg snakker med, både fagfolk og informasjonsfolk. Man skulle tro at det var lettere å forholde seg til informasjonsfolk, men det er ikke nødvendigvis sånn. Det er oftest jeg som tar kontakt, men det skjer at jeg får tips, og så hender det at det dukker opp gode enkeltsaker når man snakker sammen mer bredt.

*Omgås du StatoilHydro-ansatte eller -informasjonsmedarbeidere i fritiden? Utdyp.*

Når har man fritid? Ja, det skjer, vi er en ganske liten norsk koloni i Moskva.

*Har du vært på tur utenlands med StatoilHydro eller politikere til StatoilHydros anlegg i utlandet. Fortell kort. Hvem betalte, hvor viktig er det med slike turer etc.*

Nei.

- Spesifikt om ditt forhold til internasjonaliseringen av oljevirksomheten og StatoilHydro

*StatoilHydro ønsker mer internasjonalisering. Hvilke utfordringer ser du som journalist i det at virksomheten flyttes ut av landet? Eks. omgang med kilder, språk/kulturer, innsyn, åpenhet etc.*

Det er flere utfordringer her, det ene er det at nordmenn liker å føle et eierforhold til StatoilHydro. Hydro fordi det representerer den gamle industrikulturen vår, og Statoil fordi det er liksom "vårt" selskap. Vi tror at det er fellesskapets eiendom. Økt internasjonalisering vil fjerne oss fra dette. StatoilHydro må forholde seg til spesielle norske kulturregler i Norge, både når det gjelder åpenhet, når det gjelder anstendighet i forhold til korrupsjonsforhold etc. Det trenger de ikke i samme grad å forholde seg til når de flytter mer og mer av virksomheten utenlands, og det kan fort skape et kulturproblem for dem, og det så vi jo da Olav Fjell måtte gå. Det er klart at det er en annen kultur ute i oljebransjen internasjonalt enn det er i norsk industrikultur, det er nok uomtvistelig.

Kildene kommer lengre unna, men i den moderne verden er det meste mulig. Det er avgjørende å finne de store arenaene, svømme litt i de store vannene: Jeg har vært på oljemesse i Houston noen ganger, og ONS (petroleumsutstilling og -konferanse i Stavanger) er viktig fordi der blir man kjent med folk som man kan ringe senere, og man merker fort hvem man får kjemi med, hvem man kan snakke med og hvem man ikke kan snakke med. Du må utnytte de mulighetene som byr seg, det handler ikke om å dra på turer til anleggene etc., men mer om muligheten til å gå rundt og snakke med folk. Det er klart at det blir flere og flere i StatoilHydro som sitter lengre unna, men nøkkelpersonene sitter fortsatt i Stavanger.

Det er en utfordring rundt språk og kultur, du må kunne det området StatoilHydro opererer i, og skjønne hvorfor mekanismer slår ut som de slår ut. For eksempel Gazprom i Russland er ikke et hvilket som helst oljeselskap (...) du kan ikke tro at du kan gå til det statlige saudiarabiske oljeselskapet eller til Gazprom og tro at du havner i en vanlig businesskultur. Du havner i forlengelsen av statlige byråkratier som har sine goder og onder i forhold til det. Du får ikke innsyn i dokumenter slik som vi får av den norske stat. Du får jo i liten grad innsyn hos StatoilHydro, men du får det hos offentlige myndigheter i Norge. Det er ikke like enkelt her i Russland, og sånn vil det være i Indonesia og Saudi-Arabia også, du har ikke den samme kulturen, du kan ikke slå en lov i bordet og si "Jeg skal se de papirene".

Man er mer i kontakt med lokale aktører som fagforeninger, oljearbeidere, lokalpolitikere etc. i Norge enn det man er ved anlegg i utlandet. Det handler om kultur og det handler om tilgang. Her i Russland er det unormalt med sterke fagforeninger og stor åpenhet rundt ting, represaliene hvis du går ut er ganske stort, man slipper ikke fysisk til anleggene, du må jobbe på en helt annen måte dersom du skal komme i kontakt med disse kildene. Men så er det også sånn at norske oljearbeidere og lokalpolitikere er betraktelig mer orientert på en realistisk måte enn russiske oljearbeidere og russiske lokalpolitikere, i Norge er man nødt til å forholde seg til en bredere maktflate, det må man ikke her. Derfor er det kanskje ikke så interessante som kilder fordi de kanskje ikke vet like mye, og beslutningen fattes på et helt annet nivå.

*Hvordan følger norske medier internasjonaliseringen? Utviklingstrekk, bygge opp nye kildekretser? Gjør man det? Hvilke journalister/medier gjør en god jobb på feltet?*

Ingen er gode nok, fordi hadde vi drevet offentlig virksomhet og laget budsjetter ut i fra de behovene vi har, så hadde alle mediene i Norge kunne gjort betraktelig mer og jobbet mye bedre. Dette gjelder spesielt når det blir internasjonalt fordi med en gang det blir internasjonalt, blir det dyrt. Og i en situasjon der norske medier sparer på alle bauger og kanter, det er nedgang i opplaget i papiravisene, og vi er i en ekstrem omstillingsfase som vi har vært de siste fire-fem årene, så vil det også slå ut på de mulighetene man har. Men bevares, de avisene som fortsatt tjener penger, sånn som DN, de er jo flinke. NRK var også flinke en periode, de hadde en oldtimer i Stavanger, Harald Bø, han var et oppkomme, men han har pensjonert seg. Det er en utfordring når alle skal spare penger (...).

Det som journalistene er i ferd med å bli ekstremt mye flinkere til, er å bygge opp journalistiske nettverk. Er man på ONS eller andre steder, så bygger man opp nettverk til journalister til Russland, Skottland eller USA eller andre steder, så holder man kontakt enten på mail, eller Facebook eller nyhetsgrupper. Og så vet man om hverandre, den dagen det dukker opp et problem, så har man hverandres kildenett å spille på. Fordi man er ikke konkurrenter på denne måten. (...) Også norske journalister snakker med norske journalister, til en viss grad i alle fall, denne kontakten er viktig. Man kan teste ut enkeltting på hverandre.

*Kan du nevne en episode der du har følt deg avmektig i forhold til den makten StatoilHydro besitter som stort konsern (for eksempel når de har holdt tilbake informasjon, ikke gitt deg tilgang til anlegg, ikke gitt deg kommentarer etc.)*

I forbindelse med Sjtokman har jeg et godt eksempel på at de holder tilbake informasjon, men så kan man si at det er børssensitiv informasjon, så jeg skjønner godt at de velger å holde kjeften. Jeg skal ikke offergjøre meg selv i forhold til StatoilHydro, jeg har ingenting å forvente av dem og jeg har ingenting å kreve av dem. Jeg kan ikke si at jeg har tatt dem i direkte lønn, de har strekt sannheten for å unngå å svare på ting og de har ikke vært tilgjengelig for å unngå å svare på vanskelige ting akkurat der og da, for å summe seg litt. Men jeg får tak i dem når jeg vil ha tak i dem, det kan godt hende at jeg ikke får tak i akkurat den personen jeg vil ha tak i der og da, men jeg får ut et svar.

Det er litt av næringslivets kultur, de liker ikke at andre setter dagsorden eller kikker dem i kortene. (...) "De andre skal ikke vite mer om oss enn det vi vil at de skal vite", det er en generell kultur som også StatoilHydro er en del av. (...) Det har et økonomisk aspekt for dem, børssensitiv informasjon som gjør at de i neste runde før trøbbel. Det er det ikke for oss, for oss handler det om å få ut en god sak som kan ha samfunnsmessig betydning. Men det at det er børssensitiv informasjon gjør ikke at vi skal være snille med dem, og det prøver jeg heller ikke å være.

- Spesifikt om ditt forhold til omdømmearbeidet til StatoilHydro

*Hvor godt kjenner du omdømmestrategiene til StatoilHydro og oljeindustrien generelt, og når det gjelder utenlandssatsningen spesielt?*

Jeg kjenner godt til det de har gjort i Russland, og det er interessant. (...) Da Hydro gjorde sine hoser grønne i Russland, så drev de og bygde lekeplasser og finansierte skolefløyer, og det var ikke måte på hvor bredt, fint arbeid de gjorde rundt omkring i småbyene i Nord-Russland. Noe liknende har vi sett lite av i Nord-Norge, for å si det sånn. Jeg skrev en kommentar om det (...) det var mer som et sukk over hvordan de prøver å kjøpe seg velvilje i Russland mens de bare kommer inn og forsyner seg i Norge.

*I hvilken grad tror du norske medier generelt påvirkes av omdømmearbeidet til StatoilHydro og industrien? Hvorfor mener du det?*

Jeg tror norske medier påvirkes av mange forhold samtidig. Dersom du måler antallet spaltemillimeter, tror jeg omdømmearbeidet til Bellona har kommet betraktelig lengre på reportasjeplass. Men dersom en ser på kommentar-/analyseplass er det nok mulig at industrien har kommet lenger. Når man kommenterer vil man i stor grad bruke rasjonelle argumenter, oljeindustrien har vært veldig flink til å bruke rasjonelle argumenter, mens miljøarbeidet har foregått veldig mye etter en følelsesmessig agenda. De har også en del rasjonelle argumenter, bevarer, men mye mer tak på følelsene, og det har også gjort at de får oppmerksomhet i nået, men i de store linjene så mangler de en del trykk. (...) Industrien har flere plan å jobbe på samtidig, både som stort selskap i Norge opp mot staten, som fagforeningen etc., mens miljøvernorganisasjoner spiller bare på ett plan. Det er klart at det blir et ganske massivt trykk mot dem som bare kan spille på ett plan. Derfor har mediene en forpliktelse til å lytte til begge to. Både oljeindustrien og miljøsidene vil nok si at mediene har misforstått, at de ikke er fair nok og sånne ting, men så lenge som alle kjefter er vi vel sånn høvelig midt i balanse.

Journalister er mennesker de òg, derfor vil man påvirkes av hvem man kjenner, hvem man omgås, hva slags miljøer man går i. De fleste oljejournalister i dag, er menn. Og det er menn som er rimelig voksne. Dette er ikke fagområdet for en 22 år gammel jente rett fra journalishøgskolen, (...) dette handler om kultur også i media. En ung nyutdannet jente vil ha et annet verdsett enn en gubbe på 45. Når overvekten av de som dekker dette området, er halvgamle gubber, sånn som meg, så vil det være ett verdsett som råder grunnen og ikke flere verdsett. Dersom mediene skulle gjøre noe for virkelig å få det til, burde de utvide bassen for den typen journalister som jobber med disse saker. Men det er sånn det bare blir, se også på helsestoffet, for eksempel, skrevet av kvinner mellom 30 og 50 år.

Jeg tror verdigrunnlaget til oss eldre, mannlige journalister er mer i overensstemmelse med industrien enn andre. Voksne folk med hus- og billån de ønsker gjerne stabilitet og fremgang. (...) Vi har en tro på at teknologien skal løse problemene (...). CO2-utslippene, for eksempel, vi ser at det er et problem, men vi har tro på at det skal la seg løse. Dette er tuftet i at man er godt voksen, man har ikke behov for å kappe ned på energiforbruket, man ønsker ikke å kjøre mindre bil etc.. Mens en person som er yngre og friere i forhold til disse konvensjonene ikke nødvendigvis tenker sånn og er villig til å ta disse belastningene. (...) Verdisettene forandrer seg jo med hvem man er, og vi er betraktelig mer gruppestyrt enn vi liker å erkjenne. Dette slår også ut i journalistikken. Se for eksempel på RedaksjonEN, der er det stort sett gubber eller kvinner som høres ut som gubber, mellom 45 og 55 år.

Jeg skjønner hvorfor jentene ikke ønsker seg til dette temaområdet, de føler seg jo kvotert inn, og det er jo ikke noe god følelse, "Åja, der kommer du der, ja" (...) Det er et gruppepress også, det er jo slik at lederne reproducerer seg selv. (...)

*Er det enklere å påvirkes av omdømmestrategier når businessen blir internasjonal?*

(...) Du har vanskeligere for å overprøve påstander når det skjer langt unna. Et eksempel er denne rørledningen gjennom bygda Rosport i Irland. Hadde den bygda vært i Norge, hadde det vært et helvete rundt det, men det er så langt unna. Vi vet jo ikke hva som finnes av hus som er jevnet med jorden på grunn av StatoilHydros virksomhet andre steder på kloden. De fleste av oss har jo ikke vært der, og hadde vi dratt dit, hadde vi ikke kommet inn. Så det er klart at det ikke er enkelt når det blir langt unna. (...)

*I hvilken grad tror du din egen avis påvirkes av omdømmearbeidet? Hvorfor?*

Vi påvirkes nok på lik fot med andre alle. (...) Forhåpentligvis er slutten og totalen av det vi leverer ut, en høvelig balansert utgave av hvordan verden ser ut, men det kan man jo aldri garantere før i ettertid, det er historien som er enklest å skrive i så måte. Men vi prøver, vi prøver faktisk å få ulike stemmer på plass. Det er vanskelig på de fleste journalistiske områder, men kanskje enda mer her hvor vi har store sterke organisasjoner med gamle kolleger som jobber for fete penger i deres midte. De vet jo hvordan vi tenker. Det er klart det er en utfordring, du må jo vite hvem du prater med. (...) En tidligere kollega av meg i A-pressen som nå jobber for StatoilHydro, kan jeg ikke diskutere de samme tingene med ham i dag som jeg gjorde tidligere. Det blir med en gang en liten dans, for å bruke et bilde: Det er veldig forskjellig når du danser med kona til broren din, som du stoler på, enn når du danser med den fraskilte kona, som er på jakt. Det er en forskjell i spenningsnivået her.

*Er omdømmestrategier noe som diskuteres i redaksjonen? I så fall hvordan i hvilken kontekst etc.?*

Ikke strategier, men vi diskuterer hvordan de oppfører seg, vi diskuterer også på tvers av mediene hvem man kan stole på etc. (...) Men så er det klart at man må jo forholde seg til strategiene fordi har de bestemt seg for å jobbe på den måten, og du jobber direkte mot dem, så har det en pris. Du kan godt være vanskelig, men du må ikke være vanskelig bare for å være det, da kan du få trøbbel med å i det hele tatt få kommunisere med dem. Hvis du blir oppfattet bare som problemfokuseret eller som et talerør for andre, så kan det være vanskelig.

- Er det noe du vil legge til?

*Er det spørsmål eller perspektiver du mener er viktig i en masteroppgave om StatoilHydro i utlandet?*

(...) I Canada er det en god sak å skape arbeidsplasser ved å utvinne oljesand, i Norge blir det fort en veldig dårlig sak. (...) Jeg vil anta at saken er mer positivt vinklet i Canada. På samme måte som folk vil riste på hodet over at noen vil sette opp oljeanlegg i Lofoten, når de sitter i utlandet og ser på det vakre arkipelaget utover havet og den flotte torsken. Men hvis du går til ordføreren i Lofoten mener han at dette er hele fremtiden. Verden er forskjellig avhengig av hvor du står. Le Monde og Lofotposten dekker derfor utbyggingen veldig forskjellig.

### **Kjersti Tvedt Morsøl, ca. 40 minutter, 5. september 2007, Vækerø, Oslo**

Informasjonssjef for Internasjonal undersøkelse og produksjon (INT). Avdelingen har ansvaret for StatoilHydros letevirksomhet, utbygging og produksjon av olje og gass utenfor norsk sokkel.

Ansatt i StatoilHydro i fem år. Før det var hun i dn.no, Aftenposten og Dagbladet. Utdannet journalist fra Høgskolen i Oslo.

- Om journalistene/mediene som dekker StatoilHydros utlandsvirksomhet

*Kjenner du mange journalister, er det viktig for deg i din jobb? På hvilken måte?*

Jeg kjenner dem fordi jeg har ukentlig kontakt med mange av dem. De er viktige for meg fordi de er mine kunder, og det er min jobb å svare på det de ønsker å vite. Jeg kjenner ikke noen av dem på privat basis. Det er nesten utelukkende dem som tar kontakt med oss, selv om vi har noen faste arrangementer, for eksempel kvartalsarrangement eller seminar på ulike temaer. (...)

*Hva tenker du om kunnskapsnivået blant journalistene, hvilke forskjeller finnes det?*

De som har olje som sitt hovedområde, sitter på god kunnskap. Så finnes det også veldig mange nettjournalister som er generalister, og der er det noe litt mer spredt med kunnskaper. Det varierer, men både DN, Stavanger Aftenblad, Finansavisen og Aftenposten har faste oljejournalister (...). Det er vanskelig å si hvem jeg har mest kontakt med, men jeg har nok enda mer kontakt med utenlandske journalister enn de norske når det gjelder den internasjonale virksomheten.

*Navn på aviser/medier/journalister som du mener gir et riktig bilde av StatoilHydros utenlandsengasjement, slik du ser det?*

Jeg tror ikke det er noe systematikk rundt dekningen av StatoilHydros utenlandsengasjement, og har derfor ingen spesielle å trekke frem. Vi har virksomhet i 40 land, som er bygget opp gjennom mange, mange år, og det er ikke nødvendigvis godt avspeilet i norske medier.

Det handler om hvor fokuset er hen: Norsk presse har et norsk fokus. Det merker vi dersom det har vært en hendelse, for eksempel jordskjelv. Da er spørsmålet: Er det nordmenn der? Vi kan ha mange ansatte i området, men dersom de ikke er norske, så er det ikke så viktig. At vi har oljeproduksjon i Angola eller i Nigeria er ikke like viktig for norske medier som hva som skjer på Statfjord-feltet i Nordsjøen. (...)

Det er særlig internasjonale journalister som følger StatoilHydro i utlandet, særlig nyhetsbyråene, Reuters, Dow Jones og Bloomberg. Upstream, Financial Times og Wall Street Journal følger oss også. Nyhetsbyråene følger oss tettere enn norske medier, de har mer dag til dag-leveranser og er veldig opptatt av finansiell informasjon (...). Men når det gjelder norsk sokkel er det norske journalsiter som følger oss tettest.

*Er det noe forskjell på den jobben du gjør, som retter seg mot utenlandsengasjementet, og det andre i infoavdelingen gjør, som retter seg mer mot norsk sokkel? Andre utfordringer?*

På norsk sokkel er StatoilHydro ofte operatør, og dermed har vi mye mer ansvar. På veldig mange av prosjektene i utlandet er vi partnere og da er det andre problemstillinger rundt tilstedeværelse etc. Men nå begynner vi å få en del operatørskap også i utlandet, så jeg tror det vil bevege seg i den retningen at det vil være like i forhold til hvordan man håndterer media eller problemstillinger fremover. (...)

*Strengt regler for hvem journalister kan snakke med direkte, det skal gå gjennom infoavdelingen?*

Det handler om at våre folk skal kunne konsentrere seg om det som er deres jobb, det er ikke å snakke med media, det er å jobbe med våre forretningsmessige prosjekter. Min jobb er å håndtere med media, så da tar jeg kontakt videre nedover i organisasjonen for journalistene. Journalistene skal få et korrekt og raskt svar. (...) Selvsagt må vi ha oversikt over hvem som tar kontakt med våre folk, slik er det også for en analytiker som må gå via "investor relations", vi har ulike roller (...). Hvis det er en journalist som ønsker å snakke med noen nedover i systemet, så prøver vi å legge til rette for det, men det naturlige er at det går via oss (...)

- Om mediedekningen av StatoilHydros virksomhet i utlandet

*Er det virkelighetsbilde mediene presenterer av StatoilHydros utenlandsengasjement i samsvar med det dere mener er virkeligheten? Hvordan/hvordan ikke?*



(...) I fjor har vi gjort det klart at det er fire områder vi mener er viktigst innenfor den internasjonale virksomheten: dyptvann, krevende klimatiske omgivelser, gassverdikjeder og tungolje. (...) Dette er vår forretningsstrategi, og det er den vi ønsker å kommunisere. Hvorvidt vi når gjennom med dette til journalistene, det har ikke jeg noe svar på, men det er det vi ønsker å formidle. At journalistene ønsker å følge et så stort selskap som StatoilHydro med en annen innfallsvinkel, det har vi forståelse for. (...)

Vi mener det er helt naturlig at oljesanden i Canada dekkes. Vi har gjort stort oppkjøp og vi kommer til å være operatør (...) det betyr at vi har et langt større ansvar enn der vi er partner. Canada er et område der det har vært en boom i oljesand de siste årene, og det er problematisk lokalt fordi utviklingen går så raskt. Om det ikke er norsk presse selv som ønsker å formidle at dette er galt og ikke bærekraftig, så er det i alle fall norske miljøvernorganisasjoner som ønsker å formidle dette gjennom pressen. Men da må vi minne om at vi ikke har begynt produksjonen ennå. Vi opplever at mediene har vanskelig for å skille mellom det som finnes av historikk i et land hvor det har vært oljeproduksjon i mange år, og det som vi sier at er vårt prosjekt og som vi skal gjøre fremover i tid. (...)

*Hva mener du mangler i pressedekningen, er det noe mediene bruker for mye/lite plass på?*

Det finnes veldig mange saker der ute, folk og kompetanse, men dette handler også om reisebudsjettet til norske medier. Det er ikke så lett å formidle disse historiene hvis man sitter her i Norge. Det er mange redaksjoner som har begrenset reisebudsjett, og når de betaler reisene sine selv, så ser vi utfordringer i hvor de kan reise.

*Relativ negativ dekning av StatoilHydro i utlandet. Hva mener dere er grunnen? Hva gjør dere eventuelt for å endre det?*

StatoilHydro er det største selskapet i Norge, og journalister sitt utgangspunkt og rolle er at de skal være kritiske til det man kan definere som maktfaktorer i et samfunn. Derfor er det helt naturlig at de følger oss med et kritisk blikk. (...) Vi ønsker å ha frem fakta, for eksempel rundt oljesandprosjektet, men vi ser også at andre, for eksempel miljøbevegelser, har et annet bilde som de ønsker å formidle. Da er det opp til mediene å vurdere hvordan de ønsker å vinkle saken. Men jo mer faktabasert, jo bedre er det for oss. Man kan jo stille spørsmål rundt hvilke kilder journalistene velger enkelte ganger, og om kildene er mer troverdige enn StatoilHydro. Vi kan ikke gjøre noe annet enn å være åpen rundt våre prosjekter.

- Om StatoilHydro sin tilstedeværelse i mediene

*Hvor mye vekt legger dere på å være med i debatten – for eksempel på debattsidene men også ellers i spaltene – ved å ta kontakt når aktuelle saker dukker opp?*

Det handler om kapasitet, hvor mye vi greier å håndtere. (...) Men når det gjelder den internasjonale virksomheten så er det ikke så mye vi har vært med på kronikker, men vi har folk som deltar på konferanser, senest i fjor var vi med på to mediekonferanser, men Øivind Ihlen og Erling Borgen. I år har vi vært med på én om oljesand.

(...) Det viktigste for oss er å kommunisere forretningsstrategien vår, og så jobber vi jo med omdømmearbeid i forbindelse med å få formidlet den, men vi er ikke veldig aktive på debattplass.

*Folk flest er relativt positive til at StatoilHydro ekspanderer utenlands (Ihlen, 2007). Hvor viktig mener du omdømmearbeidet er for å få forståelse i opinionen for StatoilHydros ønsker?*

Jeg har ikke en så teoretisk tilnærming til argumentasjonen som Ihlen. Vi jobber i en forretningsmessig hverdag, og i en forretningsmessig hverdag så er realiteten slik at oljeproduksjonen går ned på norsk sokkel og da har selskapet et valg: Legge ned virksomheten og bygge ned sammen med fallende oljeproduksjon eller gå til andre prosjekter som finnes utenlands. (...) Er det omdømmearbeid? Vi må bare informere om at hvis dette selskapet skal fortsette å vokse, så er vi nødt til å gå utenlands. Det er ren faktainformasjon. Selvsagt ønsker vi en forståelse og aksept rundt det, men det må basere seg på fakta. Og fakta er som følger: Produksjonen går ned på norsk sokkel og nye muligheter finnes internasjonalt. Så mener vi også at vi sitter på erfaring, kompetanse og teknologi fra norsk sokkel. Hvis du ser på utslipp per produsert enhet olje, så er norsk sokkel en av de rene i verden. Så hvis vi tar med oss denne teknologien ut, har vi et konkurransefortrinn sammenliknet med andre oljeselskaper. (...)

*Når dere uttaler dere i mediene, hvem er det dere henvender dere til da (folk flest, politikere, samarbeidspartnere etc.) Hvis det ikke er mulig å si noe konkret: Kom med eksempler, Libya-saken: hvem var det viktig å "forsvare" seg overfor?*

Det er helt avhengig av mediet som spør, det er ulike lesere i ulike media. (...) Vi vet jo at det finnes både beslutningstakere og samarbeidspartnere blant leserne, men jeg kan ikke svare konkret på hvem vi henvender oss til. (...) Men å ha en åpen dialog gjennom mediene er veldig viktig. Det er fordi vi er et stort selskap og vår virksomhet blir fulgt veldig tett, så da må vi informere om de faktiske forhold slik at korrekt informasjon kommer ut.

Libya-saken var de vi selv som tok initiativ til at her skulle det være en ekstern gjennomgang. Vi ville komme til bunns i en sak som det kunne stilles spørsmål ved. Nå har vi ikke konklusjonene på denne saken ennå, gjennomgangen fortsetter. (...) Vi må informere om hvilken situasjon selskapet er kommet i. Og når vi svarer på medienes spørsmål, er det med på å oppklare eventuelle uklarheter.

*Dere inviterer utvalgte journalister til medie-seminar, nå senest et seminar om oljesandprosjektet? Hva ønsker dere å oppnå med dette?*

Vi går gjennom prosjektet med våre folk fra Canada, og viser hva som er status på prosjektet. Så får journalistene stille sine spørsmål. Vi vil rett og slett gjøre våre folk tilgjengelige for pressen. Vi inviterer bredt fra de fleste redaksjonene, både nett, tv, radio og aviser. Sist var det 20 journalister som dukket opp, og fikk en 2,5 timers gjennomgang.

Vi gjør dette når vi ser behov for det, for eksempel skal vi snart ta en runde på hvordan gasspriser dannes. Vi vil øke forståelsen rundt vår virksomhet med faktainformasjon fordi det er komplisert.

**Gulbrand Wangen, administrerende direktør i INTSOK. Intervju ved INTSOKs lokaler på Skøyen i Oslo, 22. september, ca. 35 minutter.**

Wangen har vært i INTSOK siden 1997. Tidligere tilknyttet/arbeidet i Det Norske Veritas, Miljøverndepartementet, Norad og NTNU. Han er medlem av Topplederforum. I INTSOK er han blant annet hovedkontakt mot StatoilHydro med ansvar for å utvikle programmer for seminarer og workshoper som kan bidra til at StatoilHydro profileres internasjonalt. Utdannelsesbakgrunn: ingeniør.

INTSOK ble etablert i 1997 av oljeindustrien og Regjeringen. Stiftelsen skal legge til rette for at den norske petroleumsindustrien skal kunne ekspandere i utenlandske markeder. 170 norske selskaper fra petroleumsbransjen er medlemmer, og StatoilHydro er den største og viktigste partneren.

- Om INTSOK og norske medier

*Hvor viktig er det for dere å jobbe mot norske medier? Viktigere med internasjonale medier?*

Vi jobber direkte opp mot norske medier, og forsøker å få ut informasjon om hvor godt denne industrien selger internasjonalt. Det er ikke alltid enkelt å få oppmerksomhet fra media om ting som går godt, så det er ikke noen lett oppgave. Vi jobber mer med norske enn internasjonale medier.

*Har INTSOK egne informasjonsmedarbeidere, bruker dere eksterne infofolk?*

Vi bruker kun egne informasjonsmedarbeidere, i hovedsak to personer. Men å markedsføre INTSOK utad er ikke primæroppgaven vår. Det er fint om vi er kjent, men det viktigste er å tilrettelegge for at selskapene som er partnere i INTSOK, får møte potensielle kunder utenlands.

- Om journalistene som dekker oljebransjen/StatoilHydro i utlandet

*Har du merket noen utvikling i interesse fra journalistenes side for eksempel de siste ti årene? Mer fokus på internasjonalisering, i så fall hvorfor? Beskriv.*

Jeg ser en økning i medieinteressen for norsk oljeindustri i utlandet, og økningen skyldes særlig StatoilHydro. Dagens Næringsliv og journalist Jostein Løvås er veldig aktiv på å følge i alle fall StatoilHydro ut, og Løvås skriver om deres aktiviteter i flere markeder. De siste ti årene har denne avisen fått en mer omfattende og bredere dekning, og man går mer analytisk til verks enn det man gjorde for ti år siden. Men mediene følger ikke leverandørindustriens muligheter og resultater ute i samme grad. Informasjon om denne delen av industrien kommer heller i form av børsmeldinger når man vinner kontrakter etc.. Fokuset på StatoilHydro har å gjøre med størrelsen og at det er mer politisk interessant. Leverandørindustrien får svært lite oppmerksomhet i media, den omsetter tross alt for 50 milliarder kroner i 2005 og øker til mer enn 100 milliarder NOK i 2007 i følge nye tall som frigjøres fra Menon 10. oktober 2008. Og det er ikke mye oppmerksomhet rundt disse resultatene.

*Hva tenker du om kunnskapsnivået blant journalistene, hvilke forskjeller finnes det, hvilke aviser/andre medier er gode på å følge industrien?*

Det er enkeltpersoner som skiller seg ut. DN og Finansavisen har gode journalister, og kvaliteten og det analytiske nivået hos disse avisene mener jeg er bra. Aftenposten er litt av og på.

*Kjenner du mange journalister, er det viktig for deg i din jobb? På hvilken måte?*

Jeg kjenner dem ikke personlig, men jeg vet hvem de er. Jeg treffer dem på utenlandsreiser, og det er viktig for INTSOK å formidle gjennom norsk presse hva oljeindustrien får til internasjonalt. Men jeg opplever at det er mer journalistisk interessant med historier om de som ikke har gjort det bra, enn om de som gjør det bra.

- Om mediedekningen av StatoilHydros virksomhet i utlandet

*Er det virkelighetsbilde mediene presenterer av StatoilHydros utenlandsengasjement i samsvar med det du mener er "virkeligheten"? Hvordan/hvordan ikke? Hva mener du mangler i pressedekningen, og er det noe mediene bruker for mye plass på?*

Norsk presse retter uforholdsmessig stor oppmerksomhet mot Russland og Sjtokman. Det er mindre informasjon fra for eksempel Brasil, selv om det ikke er helt unaturlig. Dette handler blant annet om at Russland er en nabo. Men Løvås i DN har i en femårsperiode bidratt til at man også har fått opp øynene for land i Midtøsten. Han har vært aktiv og analysert kritisk situasjonen både der og i Nord-Afrika. I hvilken grad dette er informasjon som når det norske folk, er jeg usikker på. Men det er klart at muligheten for informasjon om bransjen til det norske folk har økt de siste årene.

Det er klart et kritisk perspektiv på StatoilHydros virksomhet i utlandet, men det er ulikt hvor mye og hva slags oppmerksomhet de ulike engasjementene får: StatoilHydro i Brasil er relativt positivt presentert i mediene, mens StatoilHydro i Canada, spesielt når det gjelder tungolje og oljesandprosjektet, har en veldig negativ klang. Andre får vurdere om det er riktig eller feil, men det er i alle fall klart at det er slik mediene har valgt å fremstille det. StatoilHydro i Russland er det veldig stort fokus på. Kasakhstan, hvor de solgte seg ut, men nå har kontor for å se på mulighetene i landet, er det svært lite medieoppmerksomhet på. Også i Kina er StatoilHydro tilstede, men det er veldig lite oppmerksomhet fra norske medier.

Jeg tror pressen også i fremtiden vil være mer opptatt av det som grenser mot det politiske, og det som direkte angår norske ressurser. At leverandørbedrifter gjør det bra i utlandet, er ikke journalistisk interessant, jeg tror pressen kommer til å fortsette å konsentrere seg først og fremst om StatoilHydro.

*Mener du det er viktig for INTSOK og industrien (StatoilHydro) hva norske medier skriver om internasjonaliseringen av norsk oljeindustri? Hvorfor/hvorfor ikke?*

Det er viktig at media og den norske befolkningen får kunnskaper om industrien. Det kan være viktig å få omtale rundt internasjonaliseringen for fremtidig rekruttering av unge til industrien. Omtale av industriens potensial for internasjonalisering kan således være positivt for vårt omdømme, i alle fall dersom det kommer ut hva industrien får til der ute, at den opptrer redelig og ordentlig.

Jeg tror det er viktig for industrien hva norsk presse skriver. Folk i bransjen leser analysene og artiklene og tenker etter og reflekterer over hva som skrives. Pressedekningen påvirker nok hva folk tenker og diskuterer i styrerom rundt omkring i bransjen.

*Folk flest er relativt positive til at StatoilHydro ekspanderer utenlands (Ihlen, 2007). Hvor viktig mener du pressen er for å få forståelse i opinionen for StatoilHydros ønsker?*

Det er viktig at StatoilHydro tar sin teknologi og kompetanse fra Norge med seg til det internasjonale markedet. Det som vi har bygget og det vi har investert i forskning og teknologi her hjemme, er det naturlig å bruk videre i internasjonale markeder. Men hvis pressen presenterer veldig mange negative bilder av hva norsk olje- og gassindustri gjør utenlands, så vil det selvsagt slå tilbake på bransjen og de som jobber der. Jeg sier ikke at man ikke skal grave i det man gjør internasjonalt, jamfør for eksempel Telenor-saken fra Bangladesh. Men det er klart at dersom det kommer negative kommentarer og negative vinklinger, så slår det ut på hva folk mener.

Er det noe du vil legge til? *Wangen sammenlikner oljebransjen og designbransjen:* Det er klart at det er enklere å skrive positivt om for eksempel norsk design i utlandet. Her har man konkrete personer, som kronprinsesse Mette-Marit, å henge saken på. Sammenliknet med oljebransjen er selvsagt designbransjen svært liten, men det er altså lettere for pressen å skrive om bransjen når den kan koples til noe så konkret. Det er vanskeligere i oljebransjen.

Annet: Wangen ønsker ikke å ha noen oppfatning om omdømmearbeidet og PR-kampanjene til StatoilHydro.

#### **Pia A. Gaarder, redaktør i Norwatch, opptak 15. september, i Norwatch sine lokaler i Oslo sentrum, ca. 30 minutter.**

Gaarder har vært i Norwatch siden 2002, som redaktør siden 2005. Før det var hun korrespondent i Italia, frilans først for DN, så blant annet Dagsavisen og NTB. Utdannelse: Magister i filosofi.

Norwatch undersøker om norske bedrifter i Sør opptrer i samsvar med menneskerettighetskrav og krav til HMS, og ser derfor blant annet på StatoilHydros virksomhet i utlandet. Norwatch.no har rundt 20.000 brukere hver måned. Det har eksistert siden 1996 og utgis av Framtiden i våre hender. Redaksjonen følger Redaktør- og Vær Varsom-plakaten.

- Om journalisten/Norwatch

*Jobber dere direkte opp mot pressen for å "selge inn" saker om norsk næringsliv i utlandet?*

Vi jobber primært journalistisk og med research. Men når vi har en god sak, så forsøker vi å lansere den gjennom et mye større medium. Dette er likevel ikke utgangspunktet for de sakene vi velger. Vi velger saker som vi mener er viktige, og tar dermed også saker som vi vet ikke er tabloide nok til å slå an. (...)

*Hvis dere "selger inn" sakene – hvordan gjør dere det?*

Jeg kan for eksempel ta kontakt med vaksjefer eller journalister, avhengig av saken. Vi blir også oppringt av mange journalister, og vi har lært bort en del teknikker. Når du jobber innenfor dette feltet er det naturlig at du opparbeider deg mange kontakter blant journalister, og det er disse vi bruker når vi ønsker å videreformidle en god sak.

*Beskriv en typisk/vanlig pressehenvendelse, dersom det er mulig?*

Noen spør om hvilke selskaper som er til stede i et land de skal reise til, noen ønsker samarbeidsprosjekter, mens andre ber oss om en full research. Det siste er noe vi selvsagt ikke gjør.

*Har du merket noen utvikling i interesse fra mediernes side for eksempel de siste ti årene? Er norsk næringsliv i utlandet viktigere nå?*

Vi startet i 1996, og da var det nesten en skandale at man satte et kritisk søkelys på norske bedrifter i utlandet fordi norske bedrifter ble ansett som veldig mye flinkere enn alle andre. Fra den gang til i dag har det nesten vært en revolusjon. I løpet av de ca. to siste årene er det hender det oftere at også andre medier tar opp konsekvensene av norske investeringer i utviklingsland. Nå nylig hadde for eksempel Dagbladet Magasinet en lang reportasje om skipsopphugging i Bangladesh. (...) TV2 og Brennpunktredaksjonen har begge reist ned til Brasil for å se nærmere på Aracruz, og det ville ikke skjedd for ti år siden da vi startet å sette søkelys på disse spørsmålene.

*Kan du si noe mer konkret om norsk oljebransje i utlandet? Skrivere mediene mer om det nå?*

Man må skille mellom næringslivsavisen som DN og andre. Norsk oljeindustri har i lengre tid etablert seg i kontroversielle land, og dette følger økonomiavisene opp. Men det er ikke slik at den kritiske vinklingen automatisk følger med når det skrives om disse selskapenes engasjementer. (...) DN har for eksempel primært et økonomisk fokus, men de begynner å få mer sosiale perspektiver inn i en del av artiklene. Selvsagt er de mest interessert i det som påvirker aksjekursen, investeringer etc. Men de sosiale konsekvensene begynner å inngå som en del av dette perspektivet. (...) Det fokuset som det har vært på etikk i det norske oljefondet har bidratt mye til en oppvåkning blant journalistene og generelt i samfunnet.

(...)

- Generelt om journalistene som dekker oljebransjen/StatoilHydro i utlandet

(...) Det er i Norge man finner mest kunnskap om StatoilHydro, men jeg tror at det ofte er mer å hente i forskningsrapporter enn i avisartikler. Jeg synes likevel det begynner å bli ganske bred dekning av det StatoilHydro gjør i utlandet, i alle fall når det gjelder de økonomiske konsekvensene. Når det gjelder konsekvenser for lokalbefolkningen, mener jeg det er blitt veldig dårlig dekket. I

Norwatch har vi jobbet lenge med dette, og vi har sett utviklingen. Sammenliknet med tidligere er man blitt flinkere på å dekke dette, men det er veldig mye som gjenstår.

*Navn på journalister som du mener gir et riktig bilde av StatoilHydros utenlandsengasjement, hvilke aviser/andre medier er gode?*

Det er enkelte stunt, men ingen som systematiske er bedre enn andre. DN har hatt noen kjempegode saker, for eksempel Libya-korrupsjonen og Iran-skandalen. Dette er veldig god journalistikk, men det er nok litt tilfeldig hva som blir store saker.

- Generelt om mediedekningen av StatoilHydros virksomhet i utlandet

*Hva mener du mangler i pressedekningen, er det noe mediene bruker for mye plass på? Er det noe mediene bruker for lite plass på?*

Konsekvenser for befolkningen som berøres av StatoilHydros engasjement, er nesten systematisk underkommunisert i norske medier. Nå har jo Norge primært offshore-engasjement, og da blir det ikke helt de samme effektene som når man tar opp olje på land. Men det var for eksempel lite og dårlig dekning da Statoils rørledningen fra Aserbajdsjan og vestover ble bygget, til tross for at det var store protester fra lokalbefolkningen. Et annet eksempel er rørledningen gjennom bygda Rossport i Irland.

- Omdømmearbeidet til StatoilHydro

*I lys av den kunnskapen du har som redaktør i Norwatch – hva mener du om StatoilHydros PR-arbeid, for eksempel den siste kampanjen?*

Her kommer hele klimaproblematikken inn, og jeg skjønner ikke at de tør å komme med noe sånt noe nå! Jeg tror det er veldig få som mener det virkelighetsbildet de presenterer er i overensstemmelse med det som virkelig skjer.

*Hvordan endrer internasjonaliseringen av industrien vilkårene for god journalistikk? Blir det vanskeligere å være journalist når industrien flytter deler av engasjementet utenlands?*

"Publish what you pay"-kampanjen er veldig viktig, og StatoilHydro har fått ros for å ha innført en del endringer i sine årsrapporter slik at det er mulig å følge pengene tilbake til investeringene etc. Da kommer man jo ett skritt på vei.

Men skal du dekke for eksempel StatoilHydro i Nigeria, byr problemer seg: Hvilke underleverandører brukes? Hvordan går pengene videre derfra? Det er en lang serie av informasjon som er nødvendig for å forstå hva som skjer og dette serveres ikke akkurat lett til journalister som ønsker å sette seg inn i det. StatoilHydro og andre gjemmer seg for eksempel bak argumentet om forretningshemmeligheter. De har en kultur for at ting ikke skal offentliggjøres. (...) Argumentet om at noe er børssensitivt har nok i noen tilfeller en realitet bak seg, men jeg tror man bruker det fordi man ikke liker å ha journalister som kikker i kortene (...)

(...) I Norge har du et ekstremt press for at alle kort skal på bordet for eksempel dersom det skjer en ulykke ved et anlegg. (...) Ofte er det slik at jo lengre unna Norge du kommer, desto dårligere fungerer kontrollmyndighetene som skal granske det som skjer i oljebransjen. I Norge vil myndigheter som Petroleumstilsynet og andre koples inn, det vil bli granskninger og utredninger. For eksempel i Angola mangler den typen myndighetsstryktur. Da vil du som journalist ikke ha rapporter å vise til. Dette er felles for mange land i Sør. Derfor kommer man inn i en gråsoner, inn i et mørke, hvor informasjonen rett og slett ikke kommer ut. Det vil kanskje være noen interne rapporter, men de gis ikke nødvendigvis videre til pressen. I utlandet er det også ofte slik at StatoilHydro eller andre norske selskaper eier anlegg sammen med andre. Det er også noe som gjør at det er vanskeligere å få ut informasjon.

- Er det noe du vil legge til?

*Er det spørsmål eller perspektiver du mener er viktig i en masteroppgave om StatoilHydro i utlandet?*

Det som systematisk har manglet i norsk presse, og som vi i Norwatch er opptatt av, er konsekvenser for befolkningen som berøres av det norske engasjementet i Sør. Det har kommet litt mer de siste årene, men det er fremdeles sjelden med et slikt fokus.

**VEDLEGG 3: KODEARK FOR RAMMEANALYSEN**

Avis:                      Oppsalg nummer:

Kjerneramme:

Nr.	Tekstkomponenter					Layoutkomp.		Ordkomp.				Nøkkelford
	Titler/ mellomtitler	Ingress	Prioriter te sitater	Kildevalg/ Hovedk.	Bildetekst	Bilde- grafikkbruk og	Oppslagspri	Troper	Eksempler	Slagord	Beskrivelser	

Kjernereposisjon:

Nr.	Rotter	Konsekvenser	Prinsipper	Forslag

## VEDLEGG 4: TABELLER SOM OMTALES I INNHOLDS- OG KILDEANALYSEN

**Tabell 24 Saksområde fordelt på aviser, i prosent av hver avis sin totale dekning**

	Libya-saken	Sjtokman-saken	Oljesand i Canada	Venezuela-uroen	Utenlandsengasjementet generelt	Aserbajdsjandokumentaren	Annet
<i>DN</i>	23 %	28 %	5 %	7 %	4 %	1 %	32 %
<i>Aftenposten</i>	24 %	20 %	6 %	2 %	13 %	1 %	34 %
<i>Dagbladet</i>	38 %	23 %	6 %	2 %	9 %	9 %	13 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	21 %	20 %	5 %	9 %	7 %	4 %	35 %
<i>Nordlys</i>	-	96 %	2 %	-	-	-	2 %
<i>VG</i>	50 %	24 %	-	-	10 %	5 %	12 %

**Tabell 25 Problematisering innenfor de dominerende saksområdene, i prosent og antall saker**

	Ikke-problematiserende	Problematiserende, etikk, miljø, samfunnsansvar	Total (N)
Libya-saken	57 % (78)	43 % (59)	100 % (137)
Sjtokman-saken	87 % (145)	13 % (21)	100 % (166)
Oljesand i Canada-saken	14 % (4)	86 % (24)	100 % (28)
Venezuela-uroen	100 % (26)	-	100 % (26)
Utenlandsengasjementet generelt	40 % (16)	60 % (24)	100 % (40)
Aserbajdsjandokumentaren	21 % (3)	79 % (11)	100 % (14)
Annet	78 % (123)	22 % (34)	100 % (157)
<b>Total</b>	<b>69.5 % (395)</b>	<b>30.5 % (173)</b>	<b>100 % (568)</b>

**Tabell 26 Kildens posisjon eller stilling, fordelt på avis**

	Ansatt i Statoil-Hydro	Analytiker	Andre oljeselskap	Norsk politiker	Forsker	Utenlands-politiker	Miljøorg / NGO	Fag-bevegelse	Annet/ ukjent
<i>DN</i>	43 %	14 %	12 %	6 %	5 %	4 %	-	-	15 %
<i>Aftenposten</i>	50 %	9 %	10 %	6 %	4 %	6 %	5 %	-	10 %
<i>Dagbladet</i>	33 %	-	16 %	18 %	4 %	-	14 %	10 %	6 %
<i>Stavanger Aftenblad</i>	48 %	14 %	4 %	5 %	4 %	6 %	5 %	4 %	10 %
<i>Nordlys</i>	5 %	-	9 %	18 %	14 %	-	9 %	-	45 %
<i>VG</i>	26 %	7 %	37 %	4 %	4 %	-	-	-	22 %
<b>Total (N)</b>	<b>42 % (237)</b>	<b>11 % (62)</b>	<b>12 % (66)</b>	<b>7 % (42)</b>	<b>5 % (26)</b>	<b>4 % (24)</b>	<b>4 % (20)</b>	<b>2 % (9)</b>	<b>14 % (80)</b>

## VEDLEGG 5: ARTIKKELOVERSIKT

Nr.	Dato	Tittel	Avis
1.0	05.01.07	Sparegrisen som sprakk	Aftenposten
2.0	05.01.07	Statoil-rådgiver i Total-skandale	DN
3.0	05.01.07	Olje og politikk	DN
4.0	06.01.07	Skremmende taushet	Aftenposten
5.0	06.01.07	Størrelsen er ikke nok	Aftenposten
6.0	07.01.07	Hydro advart mot engasjement på Cuba	Aftenposten
7.0	10.01.07	Nye skremmeskudd fra Chavez	Aftenposten
8.0	10.01.07	Ble straffebeskattet	DN
9.0	10.01.07	15 mrd. på spill i Statoil	DN
10.0	10.01.07	Chavez truer Statoil-prosjekt	Stavanger Aftenblad
11.0	11.01.07	Overdreven Statoil-frykt	DN
12.0	11.01.07	Petropopulisten	DN
13.0	12.01.07	Statoil lar seg ikke skremme av Chavez	Stavanger Aftenblad
14.0	15.01.07	Statoil forhandler med kineserne	DN
15.0	15.01.07	Chavez: Statoil kan bli i Venezuela	Aftenposten
16.0	15.01.07	Advarte også Statoil mot Cuba	Aftenposten
17.0	17.01.07	Skvises i Venezuela	DN
18.0	17.01.07	BP-sjef går etter kritikk	Aftenposten
19.0	17.01.07	Statoil inn i Indonesia	Dagbladet
20.0	18.01.07	Irak åpner ambassade i Oslo	Aftenposten
21.0	19.01.07	UD følger Statoil	DN
22.0	21.01.07	Halen og bikkja	Dagbladet
23.0	24.01.07	Russerne skviser milliardprosjekt	DN
24.0	26.01.07	Statoil-trøbbel i Aserbajdsjan	Aftenposten
25.0	27.01.07	Gazprom roser norsk oljefusjon	DN
26.0	27.01.07	Gazprom-ja til Statoil/Hydro	Aftenposten
27.0	27.01.07	Ikke tilbud om eierandeler i Sjtokman	Stavanger Aftenblad
28.0	29.01.07	Gazprom positiv til nye partnere	DN
29.0	30.01.07	Sminken renner i Hydro	DN
30.0	30.01.07	Intens innsjutt	DN
31.0	30.01.07	17 mill.fat borte vekk	DN
32.0	31.01.07	Stockmandøren åpnes ytterligere	Aftenposten
33.0	31.01.07	Statoil med milliardutbygging	DN
34.0	01.02.07	Gassutbygging med Shell	Stavanger Aftenblad
35.0	01.02.07	Nigeria viktig for Statoil	Stavanger Aftenblad
36.0	01.02.07	Skremt av angrep	DN
37.0	01.02.07	Kostnadssprekk i Nigeria	DN
38.0	02.02.07	Putin åpner for Statoil og Hydro	Aftenposten
39.0	02.02.07	Det viktigste oljelandet	DN
40.0	02.02.07	Også Statoil sikrer seg	DN
41.0	03.02.07	Statoil + Hydro + Aker = sant	DN
42.0	03.02.07	Statoil sponser Iran	DN
43.0	03.02.07	Hydros gigantplan i Angola	Stavanger Aftenblad
44.0	03.02.07	Derfor spurte hun om Hydro og Statoil	Aftenposten
45.0	06.02.07	Stort Statoilfelt stengt	DN
46.0	06.02.07	Tror målene må kuttes	DN
47.0	06.02.07	Stadig nye funn	Stavanger Aftenblad
48.0	06.02.07	Knuser Statoil og Hydro	Stavanger Aftenblad
49.0	07.02.07	Presset på Støre	DN
50.0	09.02.07	Venter flere saker	DN
51.0	09.02.07	Håper ennå på Iran	DN
52.0	09.02.07	Algerie politisk viktig	DN
53.0	09.02.07	Oljebransjen vil inn i Mexicogulften	DN
54.0	12.02.07	Pensjonist før han er størst ute	Aftenposten
55.0	13.02.07	Krever respekt av Chavez	DN
56.0	16.02.07	Kjører solo mot Shtokman	DN
57.0	20.02.07	Hydro finner altfor lite olje	DN
58.0	20.02.07	Golfrøbbel for Reiten	Aftenposten
59.0	22.02.07	Russere vil ta en bit av Hydro-felt	DN
60.0	26.02.07	Statoil-milliarder fra fattige Angola	Stavanger Aftenblad
61.0	28.02.07	Chavez utsetter nasjonaliseringen	Stavanger Aftenblad
62.0	28.02.07	Planter flagget i Statoil-felt	DN
63.0	28.02.07	Hydro-funn i Libya	Aftenposten
64.0	01.03.07	Hydro involvert i nytt oljefunn	Aftenposten
65.0	01.03.07	Shtokmaninvitt fra Gazprom	DN
66.0	01.03.07	Dobbelttreff for Hydro	DN
67.0	03.03.07	Statoil til Svartehavet	Aftenposten
68.0	06.03.07	Statoil-treff i Indonesia	Aftenposten
69.0	15.03.07	Klar for Statoil-flørt	DN
70.0	21.03.07	Statoil føre vår	DN
71.0	21.03.07	Grunn for fusjonen	DN
72.0	21.03.07	Kan tape olje for 50 mrd.	DN
73.0	21.03.07	Vil doble i Gulften	Aftenposten
74.0	22.03.07	Stockman truer Arktis	Aftenposten

Nr.	Dato	Tittel	Avis
75.0	22.03.07	Venezuela truer med nasjonalisering	Stavanger Aftenblad
76.0	22.03.07	Stavanger taper - mot nasjonens interesser	Stavanger Aftenblad
77.0	23.03.07	Statoil på vei inn i Irak	Aftenposten
78.0	23.03.07	Tviler på Irak-salg	DN
79.0	23.03.07	Telenor reddet seg inn	Aftenposten
80.0	24.03.07	Mer Kharyaga-krøll	DN
81.0	24.03.07	Plan for milliard-utbygging i Brasil	DN
82.0	24.03.07	Satser 1 mrd. i Brasil	Aftenposten
83.0	26.03.07	Total-toppsjef knyttes til Statoils Iran-engasjement	DN
84.0	26.03.07	Frykter bare krig	DN
85.0	28.03.07	Statoil finner gass i Algerie	Aftenposten
86.0	28.03.07	Ser håp i Brasil	DN
87.0	28.03.07	Vellykket for Statoil i Algerie	Stavanger Aftenblad
88.0	29.03.07	Kan få Iran-straff av USA	DN
89.0	02.04.07	Statoil med ny avtale i Indonesia	Aftenposten
90.0	02.04.07	Statoil og Hydro kan forlate Iran	Stavanger Aftenblad
91.0	03.04.07	Vurderer ikke Kambodsja	DN
92.0	10.04.07	Vil bytte gass mot teknologi	DN
93.0	10.04.07	StatoilHydro i samtaler	DN
94.0	10.04.07	Tror oljeselskaper vil få ny rolle	Aftenposten
95.0	12.04.07	Norske terrormål	Aftenposten
96.0	12.04.07	Tar Statoil-felt med soldater	Stavanger Aftenblad
97.0	17.04.07	Saksøk meg	DN
98.0	19.04.07	Kan få null betalt i Venezuela	DN
99.0	19.04.07	LETING:	Stavanger Aftenblad
100.0	19.04.07	Statoil leter etter olje utenfor Tanzania	Aftenposten
101.0	21.04.07	Full strid om "UD-knebling"	DN
102.0	21.04.07	Rally på rykteflom	DN
103.0	22.04.07	Enda mer olje i Irak - For usikkert for norske selsk.	Aftenposten
104.0	23.04.07	Statoil ser på Jemen	Aftenposten
105.0	26.04.07	Hva skal NATO-rådet planlegge i Oslo?	Dagbladet
106.0	26.04.07	Statoil inngår oljeavtale med Venezuela	Stavanger Aftenblad
107.0	28.04.07	Taus fra regjeringen	DN
108.0	28.04.07	Får total miljørefs	DN
109.0	28.04.07	Fikk "go" fra Reiten	DN
110.0	28.04.07	Statoil stjål showet	Aftenposten
111.0	28.04.07	Gir helt feil signal	Aftenposten
112.0	28.04.07	Gambler på høy oljepris	Aftenposten
113.0	28.04.07	Statoil flytter risikoen nordover	Stavanger Aftenblad
114.0	28.04.07	Verstingoljens triumf over klimavarslerne	Stavanger Aftenblad
115.0	29.04.07	Oljedrøm?	Aftenposten
116.0	04.05.07	Venezuela nekter å ta tap	DN
117.0	05.05.07	Iran-avtale står i stampe	DN
118.0	07.05.07	- CO2-utslippet øker 70 prosent	Dagbladet
119.0	09.05.07	Oljesmurt vennskap	Aftenposten
120.0	09.05.07	Iran-topp skryter av norsk rykte	DN
121.0	11.05.07	Vil presse Statoil til rensing	Dagbladet
122.0	11.05.07	Vedder svart	DN
123.0	18.05.07	Bildetekst:	Stavanger Aftenblad
124.0	23.05.07	Russerne tar større grep om oljefeltene	DN
125.0	25.05.07	Statoil gir sikkerhet i Algerie	Stavanger Aftenblad
126.0	25.05.07	Statoil ut i verden	DN
127.0	25.05.07	Reiten fikk advarsel fra USA	DN
128.0	30.05.07	Spekulasjoner om Statoil	DN
129.0	31.05.07	Ikke så lett i oljå	Stavanger Aftenblad
130.0	31.05.07	Stikker hodet i sanden	Aftenposten
131.0	03.06.07	Ber Statoil lære av franske Total	Dagbladet
132.0	05.06.07	Jonas Gahr Støres ekle politikk	Aftenposten
133.0	06.06.07	Statoil sammen med Gazprom	Aftenposten
134.0	06.06.07	Samarbeider med Gazprom	DN
135.0	07.06.07	Oljetoppenes allmektighet	Dagbladet
136.0	08.06.07	Ukløkt av Statoil å gå inn i Irak	Stavanger Aftenblad
137.0	11.06.07	Under press i Iran	DN
138.0	11.06.07	Kjøpte godvilje før Putin-møtet	Aftenposten
139.0	13.06.07	Statoil forlenger fristen for NAOSC-oppkjøp	Stavanger Aftenblad
140.0	13.06.07	Statoil forlenger fristen for NAOSC-oppkjøp	Aftenposten
141.0	14.06.07	Røff guide til eierskap	DN
142.0	14.06.07	Statoil på ville veier i Irak	Dagbladet
143.0	16.06.07	StatoilHydro er en miljøversting	DN
144.0	16.06.07	Gigant skal bli grønn	DN
145.0	26.06.07	Statoil enige med Venezuela	Dagbladet
146.0	26.06.07	Statoil enige med Venezuela	Stavanger Aftenblad
147.0	27.06.07	Statoil beholder 10 prosent i Venezuela	Stavanger Aftenblad
148.0	27.06.07	Tar hver tredje Statoil-aksje	Aftenposten
149.0	27.06.07	Grønt lys i sanden	Aftenposten
150.0	28.06.07	Frp kritisk til Chavez-avtale	DN
151.0	28.06.07	Velger motsatt strategi	DN
152.0	30.06.07	Lund og Reiten på terrorliste	Aftenposten
153.0	30.06.07	Statoil og Hydro svartelistet i USA	Stavanger Aftenblad
154.0	02.07.07	30 prosent meir CO2	Stavanger Aftenblad



Nr.	Dato	Tittel	Avis
155.0	03.07.07	Hydro gir gass i India	DN
156.0	05.07.07	Statoil-sjef Lunds plan lenge	DN
157.0	10.07.07	Fortsatt håp på Stockman	Aftenposten
158.0	10.07.07	Kan få Shtokman-tilbud i august	DN
159.0	10.07.07	Statoil fant gass i Venezuela	Aftenposten
160.0	13.07.07	Kampen om Shtokman: Håper fortsatt på norsk deltagelse	Stavanger Aftenblad
161.0	13.07.07	Balladen om Shtokman	Stavanger Aftenblad
162.0	13.07.07	- Det er ennå håp for Irak	Stavanger Aftenblad
163.0	13.07.07	Det kan bli dyrt å vinne	Aftenposten
164.0	13.07.07	Venter på ekstraomganger	Aftenposten
165.0	13.07.07	Statoil fikk kald skulder	Dagbladet
166.0	13.07.07	Håper på nye sjanser	DN
167.0	13.07.07	Nå eller aldri for StatoilHydro	DN
168.0	13.07.07	Skeptiske analytikere	DN
169.0	13.07.07	Tror på norsk deltagelse	DN
170.0	13.07.07	Russlandseksperter tror ikke løpet er kjørt	DN
171.0	13.07.07	Tror flere blir valgt	DN
172.0	13.07.07	Lever i håpet om Shtokman-innpass	DN
173.0	13.07.07	Ny topp med Shtokman	DN
174.0	14.07.07	Njet til fusjonsgiganten	DN
175.0	14.07.07	Bedre tidspunkt	DN
176.0	14.07.07	Holder tett om detaljene	DN
177.0	14.07.07	Gazprom presser Statoil og Hydro	Aftenposten
178.0	16.07.07	Storpolitisk tyngdekraft	Dagbladet
179.0	16.07.07	Oljesmurt rekordbørs	Aftenposten
180.0	17.07.07	Russerne kommer	Aftenposten
181.0	17.07.07	Mener russerne vil trenge Norge	DN
182.0	17.07.07	Er StatoilHydro nok fremtidsrettet	Stavanger Aftenblad
183.0	18.07.07	Shtokmandrøm	DN
184.0	18.07.07	Slakter norsk selvgodhet	DN
185.0	18.07.07	Gazprom ber om Statoil-hjelp	DN
186.0	19.07.07	Hydro-folk like selvsikre	DN
187.0	19.07.07	Vil ha russisk hestehandel	DN
188.0	19.07.07	Fest etter Statoil-funn	DN
189.0	19.07.07	Oppløftende oljefunn for Statoil	Aftenposten
190.0	20.07.07	Politisk butikk	DN
191.0	20.07.07	Holdningene avgjør	DN
192.0	24.07.07	Svarteliste fjernet	DN
193.0	25.07.07	Lettere for Libya	DN
194.0	25.07.07	Totalt uvitende Reiten	Aftenposten
195.0	31.07.07	Skatten redder Statoil-resultatet	Stavanger Aftenblad
196.0	31.07.07	Enden er nær	DN
197.0	01.08.07	Naive sosialdemokrater	Dagbladet
198.0	01.08.07	Amerikanere følger Statoil	DN
199.0	02.08.07	På bærtur i Barentshavet	DN
200.0	12.08.07	- Samarbeider med diktatorregime	Dagbladet
201.0	17.08.07	Gazprom klarer seg uten norsk kompetanse	DN
202.0	18.08.07	Pitter:	Stavanger Aftenblad
203.0	19.08.07	Dokumentar med høyoktan	Aftenposten
204.0	20.08.07	Sannehtstokt	DN
205.0	20.08.07	Jens vil ikke besvare Statoil-kritikk	Stavanger Aftenblad
206.0	20.08.07	Statoils partnerskap med et kriminelt regime	Stavanger Aftenblad
207.0	20.08.07	Statsministeren ble spurt	DN
208.0	23.08.07	Full pott for Statoil	Stavanger Aftenblad
209.0	24.08.07	Dype lommer i gulfen	Aftenposten
210.0	28.08.07	Kjøper seg inn i britiske oljefelt	DN
211.0	28.08.07	Hydro kjøper oljefelter	Aftenposten
212.0	29.08.07	Mexicosuksess for Hydro	DN
213.0	30.08.07	Shtokman-rykter for StatoilHydro	DN
214.0	30.08.07	Statoil får Stockman-tilbud	Aftenposten
215.0	30.08.07	Etiopia mister norsk bistand	Aftenposten
216.0	05.09.07	Statoil-topp venter ingen faneflukt	Stavanger Aftenblad
217.0	05.09.07	Skitten bombe i grønn skog	DN
218.0	07.09.07	Bekrefter Shtokman-forhandlinger	Stavanger Aftenblad
219.0	07.09.07	Statoil får sin del i Shtokman	Dagbladet
220.0	07.09.07	Bekrefter Stockman-samtaler	Aftenposten
221.0	12.09.07	Mer bråk i Kasakhstan	DN
222.0	12.09.07	Lokker med biodrivstoff	DN
223.0	12.09.07	Lover snarlig russersvar	DN
224.0	12.09.07	- Slutt å være tause Birgitte i Aserbajdsjan	Stavanger Aftenblad
225.0	13.09.07	Statoil svir av 6 mill. på lobby i USA	Aftenposten
226.0	13.09.07	Statoils moralske dilemmaer	DN
227.0	14.09.07	Brukes i Shtokman-kampen	DN
228.0	15.09.07	Byr opp Statoil til miljøsamaba	Stavanger Aftenblad
229.0	17.09.07	Total vil byttehandle	DN
230.0	17.09.07	Populær Statoil-kritikk	Stavanger Aftenblad
231.0	18.09.07	Stort selskap, store utfordringer	Stavanger Aftenblad
232.0	18.09.07	Statoil rammes ikke	Stavanger Aftenblad
233.0	18.09.07	Veteranene settes opp mot hverandre	DN
234.0	18.09.07	Et fat i Brasil mer verdt	DN

Nr.	Dato	Tittel	Avis
235.0	21.09.07	Skattesmell truer Statoil	DN
236.0	22.09.07	All makt i denne plattform	DN
237.0	22.09.07	Opptur etter russermøte	DN
238.0	26.09.07	Seierssikker Reiten	DN
239.0	26.09.07	Putin ringte Stoltenberg om Stockman	Aftenposten
240.0	27.09.07	Håper på snarlig svar fra russerne	DN
241.0	29.09.07	Helge Lunds hodepine	Aftenposten
242.0	01.10.07	Frykter statlige investeringsfond	Aftenposten
243.0	02.10.07	Trist debut for giganten	Aftenposten
244.0	02.10.07	Norge erobrer verden	Aftenposten
245.0	02.10.07	Rystes av ny korrupsjonssak	Aftenposten
246.0	02.10.07	Graver i alle Hydro-avtaler	Dagbladet
247.0	02.10.07	- Oppsiktsvekkende	Dagbladet
248.0	02.10.07	Kan dommes etter amerikansk lov	Dagbladet
249.0	02.10.07	Oljespagaten	Dagbladet
250.0	02.10.07	Libya-inspirert eksempel på antikorrupsjon	DN
251.0	02.10.07	Tar ingen sjanser	DN
252.0	02.10.07	Utløste alarmen	DN
253.0	02.10.07	Lovlig sent å begynne å snakke om dette nå	DN
254.0	03.10.07	Reiten kjente til Libya-trøbbel	Aftenposten
255.0	03.10.07	Hege Lund mot Eivind Reiten	Aftenposten
256.0	03.10.07	Lund har tillit til Torvund	Aftenposten
257.0	03.10.07	"Stor fallhøyde"	DN
258.0	03.10.07	Lund roser Reiten	DN
259.0	03.10.07	Iran-saken fikk fart på Hydro	DN
260.0	03.10.07	Hegner om Reiten	DN
261.0	03.10.07	Jeg var skeptisk, engstelig og følte uro	DN
262.0	03.10.07	Hydro frifant seg selv	DN
263.0	03.10.07	Hemmeligheter	DN
264.0	03.10.07	Hydro denne gang	Stavanger Aftenblad
265.0	03.10.07	Feller ingen dom over Reiten ennå	Stavanger Aftenblad
266.0	03.10.07	- Reiten må ha visst om Libya-avtalene	Dagbladet
267.0	04.10.07	Reiten-exit gir kursfall	Aftenposten
268.0	04.10.07	Skurk eller offer	Aftenposten
269.0	04.10.07	Taus Hydro-sjef i Sogn	Aftenposten
270.0	04.10.07	Pitter:	Stavanger Aftenblad
271.0	04.10.07	Ansatterepresentant hevder Reiten kjente til Libya-trø	Stavanger Aftenblad
272.0	04.10.07	Tror saken er foreldet	DN
273.0	04.10.07	Lund ville feire først	DN
274.0	04.10.07	Ukjent med betalingen	DN
275.0	04.10.07	Isfront mellom oljetoppene	Dagbladet
276.0	04.10.07	Hva visste Reiten?	Dagbladet
277.0	04.10.07	Slo ned som ei bombe	Dagbladet
278.0	05.10.07	Statsråden avviser at Reiten ble presset ut	Stavanger Aftenblad
279.0	05.10.07	Skandalen vokser i omfang	Stavanger Aftenblad
280.0	05.10.07	- Frykter flere lik i lasten	Stavanger Aftenblad
281.0	05.10.07	- Reiten skutt av løse kanoner	Stavanger Aftenblad
282.0	05.10.07	Taperen går, vinneren står	Stavanger Aftenblad
283.0	05.10.07	Jens og Åslaug avviser politisk press	Dagbladet
284.0	05.10.07	Møtte seg sjøl i døra	Dagbladet
285.0	05.10.07	Økokrim inn i Libya-saken	Aftenposten
286.0	05.10.07	Stoltenberg respekterer beslutningen	Aftenposten
287.0	05.10.07	Politikere taue om Hydro	Aftenposten
288.0	05.10.07	All makt til Statoil	Aftenposten
289.0	05.10.07	Reiten henger i en tynn tråd	Aftenposten
290.0	05.10.07	Ansatte ønsker Arnstad	Aftenposten
291.0	05.10.07	Granskerne gamle kjente	DN
292.0	05.10.07	Verre enn antatt	DN
293.0	05.10.07	Taus Torvund	DN
294.0	05.10.07	Ingen ideell situasjon	DN
295.0	05.10.07	Eksemplarisk ble dramatisk	DN
296.0	05.10.07	Taus Kreutzer	DN
297.0	05.10.07	40 mill. til Sør-Afrika	DN
298.0	05.10.07	Hydro-etikken	DN
299.0	05.10.07	Engasjerer Valla-gransker	DN
300.0	05.10.07	Arnstad tar over	DN
301.0	05.10.07	"Ryddig og klok"	DN
302.0	06.10.07	"Alle" peker på Arnstad	Stavanger Aftenblad
303.0	06.10.07	Søkes: Leder av internasjonalt format	Stavanger Aftenblad
304.0	06.10.07	- Trenger en tungvekt	Stavanger Aftenblad
305.0	06.10.07	Torvund splitter de ansatta	Stavanger Aftenblad
306.0	06.10.07	Inhabil i Hydro-styret	Stavanger Aftenblad
307.0	06.10.07	Nekter å snakke om egen rolle	Stavanger Aftenblad
308.0	06.10.07	Svarva: - Vil konsultere alle større aksjonærer	Stavanger Aftenblad
309.0	06.10.07	Hva betyr Reitens avgang?	Aftenposten
310.0	06.10.07	Inhabil i Hydro-styret	Aftenposten
311.0	06.10.07	Torvund splitter de ansatte	Aftenposten
312.0	06.10.07	Styremøte med skurr på linjen	DN
313.0	06.10.07	Fra dystert sorti til fest i Molde	DN
314.0	06.10.07	Økt press mot topper	DN

Nr.	Dato	Tittel	Avis
315.0	06.10.07	... det gjør Hydro-sjefen også	DN
316.0	06.10.07	Aner ikke hvem Gammudi er	DN
317.0	06.10.07	Styrelederjakten er i gang	DN
318.0	06.10.07	Onkel Reiten tror på fest	DN
319.0	06.10.07	Yndlingens fall	Dagbladet
320.0	06.10.07	Vil ha Arnstad permanent	Dagbladet
321.0	06.10.07	Vil ha svar	Dagbladet
322.0	07.10.07	Fest med bismak	Aftenposten
323.0	07.10.07	Fest med bismak i Romsdal	Aftenposten
324.0	07.10.07	Hodejeger: Finn utlendinger	Aftenposten
325.0	07.10.07	Toppsjefer blir - foreløpig	Aftenposten
326.0	07.10.07	- Gode advokater er dyre	Dagbladet
327.0	07.10.07	- Det har vært tungt	Dagbladet
328.0	07.10.07	- Vil presse StatoilHydro ut av Iran	Dagbladet
329.0	08.10.07	Ingen planer om å gå av	DN
330.0	08.10.07	Det var det, Reiten	DN
331.0	08.10.07	Tillit fra sjefen	DN
332.0	08.10.07	Inge vil si noe om Vexol	DN
333.0	08.10.07	Hydro-sjefen strippest	Aftenposten
334.0	08.10.07	Uenige om Reitens stilling i Hydro	Aftenposten
335.0	08.10.07	Ble aldri informert om Libya-saken	Aftenposten
336.0	08.10.07	Omsvermet vikar	Stavanger Aftenblad
337.0	08.10.07	Sår avskjed med Reiten	Stavanger Aftenblad
338.0	09.10.07	DnB Nor Markets anbefaler ikke lenger StatoilHydro	DN
339.0	09.10.07	Dagens inhabile Hydro-direktør	Aftenposten
340.0	09.10.07	La Reiten få et hvileskjær	Aftenposten
341.0	09.10.07	Gigantenes andedam	Dagbladet
342.0	11.10.07	Økokrim i går - neste stopp USA	Aftenposten
343.0	11.10.07	Økokrim følger Hydro-saken	DN
344.0	11.10.07	Rating upåvirket	DN
345.0	12.10.07	Utfordringen fra Eva Joly	Stavanger Aftenblad
346.0	13.10.07	Hydro-hjelperen som forsvant	DN
347.0	13.10.07	Eva i skatteparadis	DN
348.0	14.10.07	Lindbæk møter Lindbæk i Libya-saken	Dagbladet
349.0	14.10.07	Høyere krav til lederne	Aftenposten
350.0	14.10.07	Sult, død og korrupsjon	Aftenposten
351.0	16.10.07	Dyrere på Shtokman	DN
352.0	16.10.07	For dyrt med utlendinger	Aftenposten
353.0	17.10.07	Russland og Iran på lag mot USA	Aftenposten
354.0	17.10.07	De gjør det verste	Stavanger Aftenblad
355.0	17.10.07	Fem millioner fra Lund	DN
356.0	17.10.07	Det rike kontinentet	Dagbladet
357.0	18.10.07	Presser Lund	DN
358.0	21.10.07	Norge satser sterkt i Algerie	Aftenposten
359.0	23.10.07	Ambassade skal gi mer olje	Aftenposten
360.0	23.10.07	Skal ha stanset Iranutvikling	DN
361.0	23.10.07	Iran-trøbbel for StatoilHydro	Aftenposten
362.0	23.10.07	På salgsjobb for StatoilHydro	DN
363.0	24.10.07	Korrupsjon må kveles	DN
364.0	24.10.07	Lund går for Nord-Afrika	DN
365.0	24.10.07	Taus om Iran	DN
366.0	25.10.07	Truer med oljeskvis	DN
367.0	26.10.07	Reddet av ekteskap	Aftenposten
368.0	26.10.07	Advarer mot risikoen	Aftenposten
369.0	26.10.07	Jubeldag med russisk hjelp	Aftenposten
370.0	26.10.07	Ser gull i Stockman-gass	Aftenposten
371.0	26.10.07	Skeptisk og avventende	Aftenposten
372.0	26.10.07	Strategen Putin	Aftenposten
373.0	26.10.07	Vant etter 18 år	DN
374.0	26.10.07	Seier for Statoil	DN
375.0	26.10.07	Dersom vi bare får en liten bit av Shtokman, vil det b	DN
376.0	26.10.07	Reiten gratulerte Lund	DN
377.0	26.10.07	Effekt for Aker	DN
378.0	26.10.07	Et gjennombrudd	DN
379.0	26.10.07	Et løft for klimaet	DN
380.0	26.10.07	Shtokman-fest på Oslo Børs	DN
381.0	26.10.07	Kirkenes vil bli "hovedstad"	DN
382.0	26.10.07	Hva betyr Shtokman-avtalen for StatoilHydro	DN
383.0	26.10.07	Uavklarte betingelser	DN
384.0	26.10.07	En real opsjon	DN
385.0	26.10.07	Mye mer enn gass	Dagbladet
386.0	26.10.07	Stockman - Gull eller tull?	Dagbladet
387.0	26.10.07	Et nytt gasseventyr	Dagbladet
388.0	26.10.07	Miljøorganisasjonene er negative	Dagbladet
389.0	27.10.07	StatoilHydro-sjef i Moskva: Nekter for milliardbetalin	Stavanger Aftenblad
390.0	27.10.07	Ambassadør om Shtokman: - Økt samarbeid hjelper på gre	Stavanger Aftenblad
391.0	27.10.07	Politisk binding til Russland?	Aftenposten
392.0	27.10.07	Det store spranget	Aftenposten
393.0	27.10.07	Forvirring rundt Stockman-penger	Aftenposten
394.0	27.10.07	Forvirring om milliardbillett	DN

Nr.	Dato	Tittel	Avis
395.0	27.10.07	Shtokmanskål i nord	DN
396.0	27.10.07	Vil ha mer av kaken	DN
397.0	28.10.07	Sterk Statoil-dokumentar	Dagbladet
398.0	29.10.07	Stavanger i baksetet på Sjtokman	Stavanger Aftenblad
399.0	29.10.07	Må vise nulltoleranse for korrupsjon	Aftenposten
400.0	29.10.07	Shtokman og klima	DN
401.0	29.10.07	Advarer mot spionasje	DN
402.0	30.10.07	Irak-avtale skal granskes for korrupsjon	Stavanger Aftenblad
403.0	30.10.07	Nye granskere inn, de gamle trekker seg	Stavanger Aftenblad
404.0	30.10.07	Må inn i problemland	Aftenposten
405.0	30.10.07	Et løft?	DN
406.0	30.10.07	Skryter av strategisuksess	DN
407.0	30.10.07	Granskningen vil ta måneder	DN
408.0	30.10.07	Venter på telefon fra granskere	DN
409.0	31.10.07	StatoilHydro stengte Baku-kontor	Aftenposten
410.0	31.10.07	Ber Haga gripe inn mot Helge Lund	Aftenposten
411.0	31.10.07	StatoilHydro stengte kontoret	Stavanger Aftenblad
412.0	01.11.07	Oljemisjonæren	DN
413.0	01.11.07	Plugg:	Stavanger Aftenblad
414.0	01.11.07	Statoil-hydro gjenåpner i Aserbajdsjan	Aftenposten
415.0	01.11.07	StatoilHydro trenger bindende retningslinjer	DN
416.0	01.11.07	Drøset: Sand i land	Stavanger Aftenblad
417.0	02.11.07	Kor lenge er oljå i paradis	Stavanger Aftenblad
418.0	02.11.07	Eventyret fortsetter ute?	Dagbladet
419.0	04.11.07	Kniven på strupen	Dagbladet
420.0	05.11.07	Typisk norsk: Hovmod	Aftenposten
421.0	05.11.07	Ny gassrekord - Gass fra Kaspiske hav løfter StatoilHy	Aftenposten
422.0	05.11.07	StatoilHydros forbrytelse mot klimaet	Aftenposten
423.0	06.11.07	Norske selskapers samfunnsansvar	Dagbladet
424.0	06.11.07	Ruster opp til russisk vekst	DN
425.0	07.11.07	StatoilHydros skitne olje	Aftenposten
426.0	08.11.07	Bakstrevere	Dagbladet
427.0	09.11.07	Salget kan skape rettsvist	DN
428.0	09.11.07	Kan konkludere ulikt	DN
429.0	09.11.07	Oppfører seg som sopp	Aftenposten
430.0	10.11.07	Epoke for ekstremprosjekter	DN
431.0	10.11.07	Shtokman-utsettelse	DN
432.0	10.11.07	Brasil kan bli storeksportør av olje	Aftenposten
433.0	10.11.07	En jaget jeger	Aftenposten
434.0	11.11.07	Isolasjon er ingen løsning	Dagbladet
435.0	12.11.07	Profilen: Vil drive humanitært arbeid for barn	Stavanger Aftenblad
436.0	15.11.07	Svært omfattende funn	Stavanger Aftenblad
437.0	15.11.07	Løftet av gassfunn	DN
438.0	15.11.07	StatoilHydro fant gass i Aserbajdsjan	Aftenposten
439.0	16.11.07	Jekker opp Shtokman	DN
440.0	19.11.07	USA-press øker på StatoilHydro	Aftenposten
441.0	20.11.07	Iran meget vanskelig	Aftenposten
442.0	20.11.07	Oljens utfordring	Stavanger Aftenblad
443.0	21.11.07	- Vis oss at Olje-Norge tjener på fattige land	Stavanger Aftenblad
444.0	21.11.07	Fikk ikke møte Gazprom	DN
445.0	21.11.07	StatoilHydros ansvar	Dagbladet
446.0	21.11.07	Skål for Stockman	Dagbladet
447.0	21.11.07	Støre: Stockman er ingen politisk avtale	Aftenposten
448.0	23.11.07	StatoilHydro og Tanzania	Stavanger Aftenblad
449.0	24.11.07	Ber Støre ta opp atomplaner	Stavanger Aftenblad
450.0	26.11.07	Olje mot utvikling	Aftenposten
451.0	27.11.07	Vi har ikke beklaget	Stavanger Aftenblad
452.0	30.11.07	Dobbeltmoral	Aftenposten
453.0	30.11.07	Svertet av CO2	DN
454.0	30.11.07	Gazprom strammer grepet	DN
455.0	30.11.07	Velger Sveits	DN
456.0	01.12.07	Hets mot fredsaktivister	Dagbladet
457.0	05.12.07	Nytt oljefunn for StatoilHydro	Aftenposten
458.0	08.12.07	Svikter gullgutten?	Aftenposten
459.0	11.12.07	På sidelinjen i Libya	DN
460.0	12.12.07	Terror truer investorer	Aftenposten
461.0	13.12.07	Finner gass i Sahara	Stavanger Aftenblad
462.0	18.12.07	Olje mot fattigdom	Aftenposten
463.0	22.12.07	Mangler vilje, ikke evne	Aftenposten
464.0	27.12.07	Spørsmålenes tid	Dagbladet
465.0	28.12.07	StatoilHydros gullpakker	Stavanger Aftenblad
466.0	29.12.07	Oljeeventyr er fortsatt bare fantasi	Aftenposten
467.0	31.12.07	Ny smell på grunt vann	DN
468.0	31.12.07	Hydros skjulte agentavtale	DN
469.0	31.12.07	StatoilHydro selger i Mexico	Aftenposten
470.0	31.12.07	Nedturene sto i kø	Aftenposten
471.0	27.01.07	Døra på gløtt for Stockman	Nordlys
472.0	30.01.07	Milliardsmell for Hydro	Nordlys
473.0	27.04.07	VIKTIG: Det er igjen forhandlinger mellom Statoil-Hydr	Nordlys
474.0	28.04.07	Håp for Pomorsonen og norsk Shtokman-deltakelse	Nordlys

Nr.	Dato	Tittel	Avis
475.0	28.04.07	Norge får noe på Shtokmn og må gi noe i forhold til de	Nordlys
476.0	02.05.07	Lettere å snakke for StatoilHydro	Nordlys
477.0	22.05.07	Russisk håp om norsk Shtokman-deltakelse	Nordlys
478.0	04.06.07	"Statoil, lær av franskmenn!"	Nordlys
479.0	06.06.07	RUSSLAND: Statsminister Jens Stoltenberg starter i dag	Nordlys
480.0	09.06.07	I dag vil Stoltenberg møte Putin og skryte uhemmet av	Nordlys
481.0	11.06.07	Putin og Stoltenberg enige om å være utålmodig	Nordlys
482.0	10.07.07	Verdt å vente på	Nordlys
483.0	13.07.07	Mer enn smuler igjen	Nordlys
484.0	14.07.07	"Mulighetene både for Finnmark og Statoil/Hydro-del.."	Nordlys
485.0	14.07.07	SHTOKMAN: flere enn Statoil/Hydro vil kjempe om siste	Nordlys
486.0	26.09.07	Stoltenberg ba om å få snakke med Putin	Nordlys
487.0	25.10.07	En merkedag	Nordlys
488.0	26.10.07	Gir vi gass nå?	Nordlys
489.0	26.10.07	- Dyr og vanskelig	Nordlys
490.0	26.10.07	- NÅ ELLER ALDR!!	Nordlys
491.0	26.10.07	Bygger når det trengs	Nordlys
492.0	26.10.07	- Merkedag i nord	Nordlys
493.0	26.10.07	Støre: Må kartlegges	Nordlys
494.0	26.10.07	Samarbeider allerede	Nordlys
495.0	26.10.07	- Har en vei å gå	Nordlys
496.0	26.10.07	- Har tapt millioner	Nordlys
497.0	26.10.07	BANNER: STATOILHYDRO INN I SHTOKMAN	Nordlys
498.0	27.10.07	ALVOR: Avtalen om Shtokman vil bli et taktskifte for	Nordlys
499.0	27.10.07	StatoilHydro plukker ut Shtokman-medarbeidere	Nordlys
500.0	29.10.07	Andre veien?	Nordlys
501.0	30.10.07	I hi med bjørner	Nordlys
502.0	31.10.07	Se mot Finland	Nordlys
503.0	31.10.07	Nye krav til utdanning	Nordlys
504.0	01.11.07	Shtokman og nordnorsk infratraktur	Nordlys
505.0	03.11.07	Miljøet er taperen	Nordlys
506.0	06.11.07	ETIKK OG BUTIKK: Den norske jubelen over StatoilHydros	Nordlys
507.0	15.11.07	SKÅLTE FOR SHTOKMAN	Nordlys
508.0	16.11.07	I KØ MOT Murmansk	Nordlys
509.0	22.11.07	Skålte for Shtokman	Nordlys
510.0	24.11.07	Ber Støre ta opp atom-planer på Shtokman	Nordlys
511.0	28.12.07	Her er russernes FLYTENDE atomkraftverk	Nordlys
512.0	31.12.07	Vendepunkt eller mageplask i nord	Nordlys
513.0	09.01.07	Atomer og olje	VG
514.0	28.01.07	MILLIARDFUNN - kan dryppe på Hydro/Statoil	VG
515.0	30.01.07	Større gjeld i olje-gigant	VG
516.0	01.04.07	Olje på hendene	VG
517.0	10.05.07	Dobbeltmoral	VG
518.0	25.06.07	Solheim og den siste oljen	VG
519.0	30.07.07	Stoltenberg-doktrinen	VG
520.0	19.08.07	Statoils mørke - SKYGGE	VG
521.0	19.08.07	Svart gull - skittent regime	VG
522.0	26.09.07	SPØRSMÅL & SVAR - SHTOKMANFELTET	VG
523.0	26.09.07	Iskald feber	VG
524.0	26.09.07	Gass- og flyfeber	VG
525.0	02.10.07	Den snilleste gutten i verstingklassen	VG
526.0	02.10.07	Kom til Statoil og fikk "ETISK HAKESLIPP" - Reiten und	VG
527.0	02.10.07	Svart gull - svarte penger	VG
528.0	02.10.07	Rystet av Hydro	VG
529.0	03.10.07	PRESSES av regjeringen - og folket - Reiten-jobben kan	VG
530.0	03.10.07	Får pepper	VG
531.0	03.10.07	- Har hatt kjennskap	VG
532.0	04.10.07	Saga-topp gir Hydro - SKYLDEN	VG
533.0	04.10.07	Saken foreldet i Norge	VG
534.0	05.10.07	Arnstad tatt på sengen	VG
535.0	05.10.07	- Har ikke gitt Reiten rår	VG
536.0	05.10.07	DERFOR GIKK HAN	VG
537.0	05.10.07	Egil Myklebust, Hydros...	VG
538.0	05.10.07	- FLERE MÅ GÅ - Libya-saken kan gi Hydro-massakre	VG
539.0	05.10.07	16,8 mill. i fallskjerm - hvis Reiten sparkes som Hydr	VG
540.0	05.10.07	Da Hydro døde	VG
541.0	05.10.07	GIKK FRIVILLIG - Reiten kan ha ofret seg for å redde H	VG
542.0	06.10.07	!	VG
543.0	07.10.07	ALDR! hørt om Hydrokonsulenten - Libysk toppadvokat ti	VG
544.0	07.10.07	Trekker seg ikke	VG
545.0	08.10.07	Jan Reinås: - Aldri informert om Libya-saken	VG
546.0	09.10.07	Hydro-topp er - INNHABIL	VG
547.0	26.10.07	RØKKE-JUBEL - for Stockman-avtalen	VG
548.0	26.10.07	Jens månelandet i Barentshavet	VG
549.0	26.10.07	- Ingenting er risikofritt	VG
550.0	26.10.07	SPØRSMÅL & SVAR - Gasskontrakten	VG
551.0	26.10.07	Store muligheter	VG
552.0	27.10.07	Lover å ikke gi bort én - ULOVLIG RUBEL! StatoilHydro-	VG
553.0	30.10.07	Nei takk	VG

Nr.	Dato	Tittel	Avis
554.0	11.11.07	Utenriks på en søndag - "Djevelens ekskrement"	VG
555.0	29.10.07	Stoppet avtale med Endre Røsjø	DN
556.0	29.10.07	Fungerte som døråpner for DNO	DN
557.0	26.10.07	Med russisk fjær i hatten	Stavanger Aftenblad
558.0	26.10.07	Baksiden av kontrakten	Stavanger Aftenblad
559.0	26.10.07	- Ikke så stor Sjtokman-andel uten fusjonen	Stavanger Aftenblad
560.0	26.10.07	Analytikere tviler på lønnsomheten	Stavanger Aftenblad
561.0	26.10.07	- Kommer ikke til dekket bord	Stavanger Aftenblad
562.0	26.10.07	Leverandørjubel	Stavanger Aftenblad
563.0	26.10.07	StatoilHydro har fått 24 prosent - av hva?	Stavanger Aftenblad
564.0	26.10.07	Putin ringte Stoltenberg	Stavanger Aftenblad
565.0	26.10.07	- StatoilHydro er ingen miljøgaranti	Stavanger Aftenblad
566.0	26.10.07	Full gass	Stavanger Aftenblad
567.0	26.10.07	Haga lover	Nordlys
568.0	27.10.07	Full gass	Nordlys